

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA  
ESCUELA POSGRADO  
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y  
EDUCACIÓN**



**PROGRAMA DE MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, CON MENCIÓN EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL CONSUMO DE REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA PROMOCIÓN  
2018 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE  
LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN EL AÑO 2019”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**• LIC. MOROCHO GAGO ALEJANDRO FELIPE**

**PIURA – PERÚ**

**Diciembre 2019**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA  
ESCUELA POSGRADO  
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
SOCIALES Y EDUCACIÓN**



**PROGRAMA DE MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, CON MENCIÓN  
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TESIS**

**“EL CONSUMO DE REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA  
PROMOCIÓN 2018 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN  
EL AÑO 2019”**

**LOS SUSCRITOS DECLARAMOS QUE EL PRESENTE TRABAJO ES ORIGINAL, EN SU  
CONTENIDO Y FORMA**

  
-----  
**Lic. Alejandro Morocho Gago**  
**EJECUTOR**

  
-----  
**Mgtr. Marco Rumiche Purizaca**  
**ASESOR**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA  
ESCUELA POSGRADO  
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
SOCIALES Y EDUCACIÓN**




**PROGRAMA DE MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, CON MENCIÓN  
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**APROBADA EN CONTENIDO Y ESTILO POR**

  
DR MARTÍN OJEDA SOSA  
PRESIDENTE

  
M.Sc. MARIELA BARRIENTOS BENITES  
SECRETARIO

  
DR CARLOS CABRERA PRIETO  
VOCAL

# ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

## ACTA DE SUSTENTACIÓN PROGRAMA DE MAESTRIA EN EDUCACIÓN

Los Miembros del Jurado Calificador que suscriben, reunidos para la sustentación de la Tesis, para optar el Grado Académico de Maestro en **COMUNICACIÓN, con mención en COMUNICACIÓN SOCIAL** presentada por:

**MOROCHO GAGO – ALEJANDRO FELIPE**

Con el asesoramiento del M.Sc. MARCO ANTONIO RUMICHE PURIZACA, denominada:

**"EL CONSUMO DE REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA PROMOCIÓN 2018 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA EN EL AÑO 2019"**

Oídas las respuestas y absueltas las observaciones formuladas, se declara:

| APROBADO         |                      |              |                  | DESAPROBADO |
|------------------|----------------------|--------------|------------------|-------------|
| <i>Excelente</i> | <i>Sobresaliente</i> | <i>Bueno</i> | <i>Aceptable</i> |             |
| _____            | <u>X</u>             | _____        | _____            | _____       |

En consecuencia, previa aprobación del Art.º 83, del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, queda en condiciones de ser calificado **APTO** para obtener el Grado Académico de **MAESTRO EN COMUNICACIÓN con mención en COMUNICACIÓN SOCIAL**, de conformidad con lo estipulado en la ley.

PIURA, VIERNES 27 DE DICIEMBRE DEL 2019

**DR. MARTIN OJEDA SOSA**  
PRESIDENTE

**M.Sc. MARIELA BARRIENTOS BENITES**  
SECRETARIO

**DR. CARLOS CABRERA PRIETO**  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Al finalizar este trabajo quiero utilizar este espacio para agradecer:

- A Dios por todas sus bendiciones.
- A mi madre por su ejemplo de trabajo y honradez.
- A mi esposa Karen Romero por su apoyo y paciencia.
- A mis hijos Sebastián Alejandro y Felipe Eduardo, quienes con su existencia iluminan mis días.

## **AGRADECIMIENTOS**

A todas las personas que contribuyeron de diferente manera a realizar este modesto trabajo de investigación. Así, se tiene:

- A Dios por darnos la fuerza espiritual para superar los diferentes problemas que se presentaron en la realización de esta propuesta.
- Al docente asesor, Mgtr. Marco Rumiche Purizaca por sus orientaciones académicas pertinentes.
- A mi familia por su apoyo moral en los momentos difíciles que se presentaron durante la realización del proceso de investigación.
- A los alumnos de la promoción 2018 de la Escuela de Comunicación de La Universidad Nacional de Piura por su amabilidad y disposición al contestar el cuestionario aplicado.
- Al personal directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social (docentes y administrativos) de La Universidad Nacional de Piura por las entrevistas concedidas y por facilitar el acceso a las fuentes de información.

## **RESUMEN**

El mundo está cambiando. Internet está modificando los hábitos de vida de la sociedad moderna. La tecnología ha permeado la vida de las personas y herramientas como Internet y las redes sociales ahora son parte de la cotidianidad de las personas, transformando significativamente la forma de comunicarnos.

El objetivo de la presente investigación es determinar cuál es el consumo de redes sociales que tienen los estudiantes de la promoción 2018 de la Especialidad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura. Los mismos que oscilan entre los 18 y 24 años de edad. En donde podemos observar que todos los estudiantes contaban con al menos una cuenta activa en una red social.

Esta investigación presenta un enfoque cuantitativo y utiliza un diseño descriptivo utilizando como instrumento para la recolección y análisis de datos un cuestionario estructurado, el mismo que ha sido validado, y tiene una confiabilidad del 81.52%.

Palabras claves: Internet, Redes sociales, Estudiantes, Adicción.

## **ABSTRACT**

The world is changing. Internet is changing the lifestyle of modern society. Technology has permeated the lives of people and tools such as the Internet and social networks are now part of people's daily lives, significantly transforming the way we communicate.

The objective of this research is to determine the consumption of social networks that students have of the 2018 promotion of the specialty of social communication sciences of the range between 18 and 24 years of age. Where we can see that all students had at least one active account in a social network.

This research presents a quantitative approach and uses a descriptive design using as a tool for data collection and analysis a structured questionnaire, which has been validated, and has a reliability of 81.52%.

**Keywords:** Internet. Social networks, Students, Addiction



## INDICE GENERAL

|  |             |
|--|-------------|
| <b>DEDICATORIA.....</b>                                | <b>v</b>    |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>                             | <b>vi</b>   |
| <b>RESUMEN.....</b>                                    | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                   | <b>viii</b> |
| <b>INDICE GENERAL.....</b>                             | <b>ix</b>   |
| <b>INDICE DE CUADROS.....</b>                          | <b>xii</b>  |
| <b>INDICE DE FIGURAS.....</b>                          | <b>xv</b>   |
| <br>   |             |
| <b>INTRODUCCION.....</b>                               | <b>1</b>    |
| <br>   |             |
| <b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>   | <b>2</b>    |
| <b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>             | <b>2</b>    |
| <b>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>              | <b>5</b>    |
| <b>1.2.1 PROBLEMA GENERAL .....</b>                    | <b>5</b>    |
| <b>1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS .....</b>               | <b>5</b>    |
| <b>1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>         | <b>6</b>    |
| <b>1.3.1 OBJETICO GENERAL .....</b>                    | <b>6</b>    |
| <b>1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>               | <b>6</b>    |
| <b>1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>      | <b>7</b>    |
| <b>1.5 ALCANCES Y LIMITACIONES (DELIMITACIÓN).....</b> | <b>8</b>    |

|   |          |
|---|----------|
| <b>CAPÍTULO II: MARCO TERÓRICO Y CONCEPTUAL.....</b>                                    | <b>9</b> |
| 2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....  | 9        |
| 2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES .....   | 15       |
| 2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES .....   | 19       |
| 2.2 BASES TEORICAS .....  | 20       |
| 2.3 REDES SOCIALES .....  | 20       |
| 2.4. TIPOS DE REDES SOCIALES .....  | 22       |
| 2.5. REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS POR ESTUDIANTES .....                                | 24       |
| 2.6. ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES .....  | 28       |
| 2.7. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES EN EL AULA .....                      | 30       |
| 2.7.1 VENTAJAS.....   | 30       |
| 2.7.2 DESVENTAJAS .....   | 32       |
| 2.8. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....   | 34       |
| 2.9. LOCALIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD .....   | 36       |
| 2.10. HISTORIA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA<br>COMUNICACIÓN SOCIAL ..... | 36       |
| 2.11. MISIÓN Y VISIÓN .....   | 37       |
| 2.12. ORGANIGRAMA .....   | 38       |

|  |               |
|--|---------------|
| <b>2.13. MALLA CURRICULAR Y PLANA DOCENTE .....</b>              | <b>39</b>     |
| <b>2.14. PLANA DOCENTE.....</b>                                  | <b>40</b>     |
| <b>2.15. PROYECCIÓN Y EXTENSIÓN SOCIAL.....</b>                  | <b>41</b>     |
| <br><b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>    | <br><b>48</b> |
| <b>3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....</b>                           | <b>48</b>     |
| <b>3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>                     | <b>48</b>     |
| <b>3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>                            | <b>49</b>     |
| <b>3.3.1. POBLACIÓN .....</b>                                    | <b>49</b>     |
| <b>3.3.2. MUESTRA.....</b>                                       | <b>49</b>     |
| <b>3.3.3. MUESTREO .....</b>                                     | <b>50</b>     |
| <b>3.4. VARIABLES (OPERACIONALIZACIÓN) .....</b>                 | <b>50</b>     |
| <b>3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....</b> | <b>61</b>     |
| <b>3.6. METODO Y TECNICAS DE ANALISIS DE DATOS.....</b>          | <b>61</b>     |
| <br><b>CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....</b>          | <br><b>62</b> |
| <b>4.1. PRESENTACIÓN DE TABLAS Y FIGURAS ESTADÍSTICAS.....</b>   | <b>62</b>     |
| <b>4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>                         | <b>107</b>    |

|  |            |
|--|------------|
| <b>CONCLUSIONES.....</b>               | <b>119</b> |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>            | <b>123</b> |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b> | <b>124</b> |

## **INDICE DE CUADROS**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CUADRO 1: MALLA CURRICULAR ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>CUADRO 2: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES .....</b>   | <b>49</b> |
| <b>CUADRO 3: GENERO AL QUE PERTENECES.....</b>   | <b>62</b> |
| <b>CUADRO 4: ENTRE QUE RANGO ESTA TU EDAD.....</b>   | <b>63</b> |
| <b>CUADRO 5: EN QUE CATEGORIA SE ENCUENTRA TU COLEGIO EN DONDE TERMINASTE<br/>TUS ESTUDIOS.....</b>  | <b>64</b> |
| <b>CUADRO 6: CON QUE FRECUENCIA AL DÍA UTILIZAS INTERNET.....</b>  | <b>65</b> |
| <b>CUADRO 7: EN QUE HORARIO UTILIZAS CON MAS FRECUENCIA INTERNET.....</b>  | <b>66</b> |
| <b>CUADRO 8: DE LOS SIGUIENTES DISPOSITIVOS CON CUAL TE CONECTAS CON MAYOR<br/>FRECUENCIA A INTERNET.....</b>  | <b>67</b> |
| <b>CUADRO 9: QUE TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZAS PRINCIPALMENTE PARA<br/>INFORMARTE.....</b>  | <b>68</b> |
| <b>CUADRO 10: SABES USTED QUE ES UNA RED SOCIAL Y PARA QUE SE UTILIZA.....</b>   | <b>69</b> |
| <b>CUADRO 11: PARTICIPA USTED EN UNA O MÁS REDES SOCIALES.....</b>   | <b>70</b> |
| <b>CUADRO 12: CUÁNTAS REDES SOCIALES UTILIZAS PARA COMUNICARTE CON TUS<br/>AMIGOS.....</b>   | <b>71</b> |
| <b>CUADRO 13: CUÁL ES LA RED SOCIAL QUE MÁS UTILIZAS EN LA ACTUALIDAD.....</b>   | <b>72</b> |
| <b>CUADRO 14: CUÁNTO TIEMPO SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES.....</b>   | <b>73</b> |
| <b>CUADRO 15: CUÁNTAS HORAS SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES.....</b>   | <b>74</b> |
| <b>CUADRO 16: QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS<br/>POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MENOS DE 2<br/>HORAS.....</b> | <b>75</b> |
| <b>CUADRO 17: QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS</b>  |           |

|   |    |
|---|----|
| POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MÁS DE 2 HORAS.....  | 76 |
| <b>CUADRO 18:</b> RAZONES DEL USO DE YOUTUBE O TELEVISIÓN POR INTERNET.....   | 77 |
| <b>CUADRO 19:</b> DE LA SIGUIENTE LISTA, ¿ESCOGE TRES COSAS QUE HACES CUÁNDO ESTAS CONECTADO A INTERNET?.....   | 78 |
| <b>CUADRO 20:</b> ASIGNA UN VALOR DONDE 0 ES NADA FRECUENTE Y 5 MUY FRECUENTE ¿QUÉ TANTO EMPLEAS LAS SIGUIENTES REDES SOCIALES?.....  | 79 |
| <b>CUADRO 21:</b> DE LOS SIGUIENTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ASIGNA VALORES DE MENOR A MAYOR DONDE 0 ES NADA Y 5 ES MUCHO, ¿QUÉ TANTO CONFÍAS EN LA INFORMACIÓN QUE DIFUNDEN?..... | 80 |
| <b>CUADRO 22:</b> CUÁL CONSIDERAS QUE ES LA PRINCIPAL FUNCIÓN DE FACEBOOK.....  | 81 |
| <b>CUADRO 23:</b> TU PERFIL EN FACEBOOK, ESTÁ ABIERTO AL PÚBLICO O SOLO PARA TUS AMIGOS.....  | 82 |
| <b>CUADRO 24:</b> CON QUÉ FRECUENCIA COMPARTES NOTICIAS EN TU PERFIL DE FACEBOOK.....   | 83 |
| <b>CUADRO 25:</b> CON QUÉ AMIGOS TE RELACIONAS EN FACEBOOK.....   | 84 |
| <b>CUADRO 26:</b> DE QUÉ EDAD SON LOS AMIGOS CON LOS QUE TE RELACIONAS EN FACEBOOK.....   | 85 |
| <b>CUADRO 27:</b> HABITUALMENTE CUANDO VES NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES, ¿QUÉ ES LO QUE HACES?.....  | 86 |
| <b>CUADRO 28:</b> LAS NOTICIAS QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿SUELEN SER TEMAS DE CONVERSACIÓN EN TUS CÍRCULOS SOCIALES?.....  | 87 |
| <b>CUADRO 29:</b> ¿CUÁL TEMA NOTICIOSO COMPARTES CON MAYOR FRECUENCIA EN TUS REDES SOCIALES?.....   | 88 |
| <b>CUADRO 30:</b> ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL FUENTE DE LA INFORMACIÓN QUE CONSULTAS EN TUS REDES SOCIALES?.....  | 89 |
| <b>CUADRO 31:</b> LA INFORMACIÓN QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VERIFICAS EN OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?.....  | 90 |
| <b>CUADRO 32:</b> DESDE TU EXPERIENCIA, ¿QUÉ TANTA CREDIBILIDAD TIENEN LAS NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES?.....  | 91 |
| <b>CUADRO 33:</b> DE TUS AMIGOS EN FACEBOOK, ¿TE HAS DADO CUENTA QUE ALGUNO A COMPARTIDO NOTICIAS FALSAS?.....  | 92 |
| <b>CUADRO 34:</b> ¿CREES QUE LA PUBLICACIÓN DE NOTICIAS FALSAS EN LAS REDES SOCIALES REPERCUTE EN TU VIDA DIARIA?.....  | 93 |
| <b>CUADRO 35:</b> ¿CONSIDERAS QUE LAS NOTICIAS FALSAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES   |    |

|   |     |
|---|-----|
| SOCIALES DEBEN DE SER REGULADAS?.....   | 94  |
| <b>CUADRO 36:</b> ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN SU TRABAJO O ESTUDIANDO Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA?.....   | 95  |
| <b>CUADRO 37:</b> ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN UN EVENTO SOCIAL FAMILIAR Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA?..... | 96  |
| <b>CUADRO 38:</b> ¿HAS TENIDO ALGUNA RELACIÓN SENTIMENTAL (MÁS QUE AMIGOS/AS) CON ALGUIEN DE INTERNET?.....                                   | 97  |
| <b>CUADRO 39:</b> ¿NECESITAS EL APOYO DE UNA RED SOCIAL PARA RECORDAR EVENTOS IMPORTANTES?.....   | 98  |
| <b>CUADRO 40:</b> ¿MIENTRAS NAVEGAS EN REDES SOCIALES QUE OTRA ACTIVIDAD REALIZAS?.....   | 99  |
| <b>CUADRO 41:</b> ¿CÓMO SUELE SER TU COMPORTAMIENTO EN LAS REDES SOCIALES?.....   | 100 |
| <b>CUADRO 42:</b> ¿CONSIDERAS QUE LAS REDES SOCIALES INFLUYEN DE ALGUNA MANERA EN TU VIDA DIARIA?.....  | 101 |
| <b>CUADRO 43:</b> ¿EN GENERAL COMO EVALÚAS A LAS REDES SOCIALES?.....   | 102 |
| <b>CUADRO 44:</b> ¿HAS TENIDO PROBLEMAS EN TU VIDA EN DONDE HAYAN INFLUIDO LAS REDES SOCIALES?.....   | 103 |
| <b>CUADRO 45:</b> ¿ES MÁS FÁCIL PARA TI COMUNICARTE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES QUE EN PERSONA?.....   | 104 |
| <b>CUADRO 46:</b> ¿CUÁL CREES QUE SEA LA PRINCIPAL VENTAJA DE UTILIZAR REDES SOCIALES?.....   | 105 |
| <b>CUADRO 47:</b> ¿CUÁL DE ESTOS PROBLEMAS CREES QUE ES EL MÁS GRAVE CUANDO ESTOY CONECTADO A LAS REDES SOCIALES?.....                        | 106 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>FIGURA 1:</b> PROMEDIOS DE EXALUMNOS EN EL MERCADO LABORAL.....                               | 46 |
| <b>FIGURA 2:</b> GENERO AL QUE PERTENECES.....   | 62 |
| <b>FIGURA 3:</b> ENTRE QUE RANGO ESTA TU EDAD.....   | 63 |
| <b>FIGURA 4:</b> EN QUE CATEGORIA SE ENCUENTRA TU COLEGIO EN DONDE TERMINASTES TUS ESTUDIOS..... | 64 |
| <b>FIGURA 5:</b> CON QUE FRECUENCIA AL DÍA UTILIZAS INTERNET.....                                | 65 |
| <b>FIGURA 6:</b> EN QUE HORARIO UTILIZAS CON MAS FRECUENCIA INTERNET.....                        | 66 |
| <b>FIGURA 7:</b> DE LOS SIGUIENTES DISPOSITIVOS CON CUAL TE CONECTAS CON MAYOR                   |    |

|   |    |
|---|----|
| FRECUENCIA A INTERNET.....  | 67 |
| <b>FIGURA 8:</b> QUE TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZAS PRINCIPALMENTE PARA INFORMARTE.....   | 68 |
| <b>FIGURA 9:</b> SABES USTED QUE ES UNA RED SOCIAL Y PARA QUE SE UTILIZA.....   | 69 |
| <b>FIGURA 10:</b> PARTICIPA USTED EN UNA O MÁS REDES SOCIALES:.....   | 70 |
| <b>FIGURA 11:</b> CUÁNTAS REDES SOCIALES UTILIZAS PARA COMUNICARTE CON TUS AMIGOS.....  | 71 |
| <b>FIGURA 12:</b> CUÁL ES LA RED SOCIAL QUE MÁS UTILIZAS EN LA ACTUALIDAD.....  | 72 |
| <b>FIGURA 13:</b> CUÁNTO TIEMPO SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES.....  | 73 |
| <b>FIGURA 14:</b> CUÁNTAS HORAS SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES.....  | 74 |
| <b>FIGURA 15:</b> QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MENOS DE 2 HORAS.....                                  | 75 |
| <b>FIGURA 16:</b> QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MÁS DE 2 HORAS.....                                    | 76 |
| <b>FIGURA 17:</b> RAZONES DEL USO DE YOUTUBE O TELEVISIÓN POR INTERNET.....   | 77 |
| <b>FIGURA 18:</b> DE LA SIGUIENTE LISTA, ¿ESCOGE TRES COSAS QUE HACES CUÁNDO ESTAS CONECTADO A INTERNET?.....   | 78 |
| <b>FIGURA 19:</b> ASIGNA UN VALOR DONDE 0 ES NADA FRECUENTE Y 5 MUY FRECUENTE ¿QUÉ TANTO EMPLEAS LAS SIGUIENTES REDES SOCIALES?.....  | 79 |
| <b>FIGURA 20:</b> DE LOS SIGUIENTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ASIGNA VALORES DE MENOR A MAYOR DONDE 0 ES NADA Y 5 ES MUCHO, ¿QUÉ TANTO CONFÍAS EN LA INFORMACIÓN QUE DIFUNDEN?..... | 80 |
| <b>FIGURA 21:</b> CUÁL CONSIDERAS QUE ES LA PRINCIPAL FUNCIÓN DE FACEBOOK.....  | 81 |
| <b>FIGURA 22:</b> TU PERFIL EN FACEBOOK, ESTÁ ABIERTO AL PÚBLICO O SOLO PARA TUS AMIGOS.....  | 82 |
| <b>FIGURA 23:</b> CON QUÉ FRECUENCIA COMPARTES NOTICIAS EN TU PERFIL DE FACEBOOK.....   | 83 |
| <b>FIGURA 24:</b> CON QUÉ AMIGOS TE RELACIONAS EN FACEBOOK.....   | 84 |
| <b>FIGURA 25:</b> DE QUÉ EDAD SON LOS AMIGOS CON LOS QUE TE RELACIONAS EN FACEBOOK.....   | 85 |
| <b>FIGURA 26:</b> HABITUALMENTE CUANDO VES NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES, ¿QUÉ ES LO QUE HACES?.....  | 86 |
| <b>FIGURA 27:</b> LAS NOTICIAS QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿SUELEN SER TEMAS DE  |    |

|  |     |
|--|-----|
| CONVERSACIÓN EN TUS CÍRCULOS SOCIALES?.....  | 87  |
| <b>FIGURA 28:</b> ¿CUÁL TEMA NOTICIOSO COMPARTES CON MAYOR FRECUENCIA EN TUS REDES SOCIALES?.....  | 88  |
| <b>FIGURA 29:</b> ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL FUENTE DE LA INFORMACIÓN QUE CONSULTAS EN TUS REDES SOCIALES? .....                                    | 89  |
| <b>FIGURA 30:</b> LA INFORMACIÓN QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VERIFICAS EN OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? .....        | 90  |
| <b>FIGURA 31:</b> DESDE TU EXPERIENCIA, ¿QUÉ TANTA CREDIBILIDAD TIENEN LAS NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES? .....                  | 91  |
| <b>FIGURA 32:</b> DE TUS AMIGOS EN FACEBOOK, ¿TE HAS DADO CUENTA QUE ALGUNO A COMPARTIDO NOTICIAS FALSAS?.....                                 | 92  |
| <b>FIGURA 33:</b> ¿CREES QUE LA PUBLICACIÓN DE NOTICIAS FALSAS EN LAS REDES SOCIALES REPERCUTE EN TU VIDA DIARIA? .....                        | 93  |
| <b>FIGURA 34:</b> ¿CONSIDERAS QUE LAS NOTICIAS FALSAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES DEBEN DE SER REGULADAS? .....                         | 94  |
| <b>FIGURA 35:</b> ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN SU TRABAJO O ESTUDIANDO Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA? .....   | 95  |
| <b>FIGURA 36:</b> ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN UN EVENTO SOCIAL FAMILIAR Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA? ..... | 96  |
| <b>FIGURA 37:</b> ¿HAS TENIDO ALGUNA RELACIÓN SENTIMENTAL (MÁS QUE AMIGOS/AS) CON ALGUIEN DE INTERNET? .....                                   | 97  |
| <b>FIGURA 38:</b> ¿NECESITAS EL APOYO DE UNA RED SOCIAL PARA RECORDAR EVENTOS IMPORTANTES?.....  | 98  |
| <b>FIGURA 39:</b> ¿MIENTRAS NAVEGAS EN REDES SOCIALES QUE OTRA ACTIVIDAD REALIZAS? .....   | 99  |
| <b>FIGURA 40:</b> ¿CÓMO SUELE SER TU COMPORTAMIENTO EN LAS REDES SOCIALES?.....  | 100 |
| <b>FIGURA 41:</b> ¿CONSIDERAS QUE LAS REDES SOCIALES INFLUYEN DE ALGUNA MANERA EN TU VIDA DIARIA? .....  | 101 |
| <b>FIGURA 42:</b> ¿EN GENERAL COMO EVALÚAS A LAS REDES SOCIALES? .....   | 102 |
| <b>FIGURA 43:</b> ¿HAS TENIDO PROBLEMAS EN TU VIDA EN DONDE HAYAN INFLUIDO LAS REDES SOCIALES?.....  | 103 |
| <b>FIGURA 44:</b> ¿ES MÁS FÁCIL PARA TI COMUNICARTE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES QUE EN PERSONA? .....   | 104 |
| <b>FIGURA 45:</b> ¿CUÁL CREES QUE SEA LA PRINCIPAL VENTAJA DE UTILIZAR REDES SOCIALES? .....   | 105 |



|  |     |
|--|-----|
| <b>FIGURA 46:</b> ¿CUÁL DE ESTOS PROBLEMAS CREEES QUE ES EL MÁS GRAVE CUANDO ESTOY CONECTADO A LAS REDES SOCIALES? ..... | 106 |
|--|-----|

## **INDICE DE ANEXOS**

|  |     |
|--|-----|
| <b>ANEXO 1:</b> MATRIZ DE CONSISTENCIA.....              | 129 |
| <b>ANEXO 2:</b> INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS..... | 131 |
| <b>ANEXO 3:</b> ANÁLISIS DE FIABILIDAD.....              | 137 |
| <b>ANEXO 4:</b> ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD.....           | 141 |



## **INTRODUCCION**

Con el pasar del tiempo nos hemos dado cuenta como han surgido diferentes e interesantes inventos tecnológicos que permiten al ser humano su desarrollo dentro de los nuevos cambios que van apareciendo y estableciéndose para tratar de mejorar y cumplir tareas y métodos que satisfagan las necesidades económicas, políticas y sociales de cualquier nación.

Las redes sociales, sufre de constantes cambios y presenta una intensa preocupación por resolver los problemas que afectan su calidad de vida; la tecnología, especialmente el Internet y sus redes sociales han logrado en la juventud un espacio de recreación y esparcimiento que sirve como herramienta de aprendizaje y comunicación para la sociedad.

Podemos decir que las redes sociales en Internet se han convertido en un gran fenómeno que revoluciona la forma de comunicarse y de interactuar. La red social está definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos distintos y complejos, un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas. Su gran característica es la gran capacidad de transmisión de información.

Esta investigación tiene como objetivo determinar cuál es el consumo de redes sociales en los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNP, a continuación con dicha formulación quedan en manifiesto las bases para realizar el trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Según diversos autores, el uso de las redes sociales genera diversos problemas en los jóvenes y estudiantes, entre estos tenemos: El uso inadecuado como herramienta de aprendizaje, el descuido de sus rutinas diarias por permanecer conectados a internet, la procrastinación, que en el ámbito académico supone el hábito de posponer sus actividades académicas generando malestar emocional.

Las redes sociales como WhatsApp, Twitter y Facebook, en los últimos años se han expandido como un fenómeno social (Josa, 2014); siendo, precisamente Facebook una de las redes sociales muy frecuentemente utilizadas; esta red permite a los usuarios compartir información con personas o grupos de personas a las que se denomina amigos.

A pesar de todos los beneficios de las tecnologías de información y las redes sociales, los adolescentes en la actualidad no hacen un uso adecuado de este medio de comunicación, puesto que es bajo el porcentaje de estudiantes que usan el Facebook con fines académicos, y una gran mayoría de adolescentes dedican su uso para fines de diversión y pérdida de tiempo (Josa, 2014).

El uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) están orientadas a facilitarnos la vida, pero al mismo tiempo realizando un uso no adecuado pueden complicárnosla. En algunas circunstancias, en especial en los adolescentes, estos recursos

tecnológicos pueden convertirse en un fin y no en un medio. Si existe un deseo enfermizo en obtener la última novedad tecnológica, las TICs se convierten en un instrumento de placer, y el uso de las redes sociales entre ellas el Facebook, pueden atrapar a los adolescentes porque el mundo virtual le facilita crear en la persona una falsa identidad y a distanciarlo o distorsionar el mundo real (Echeburúa y Corral, 2010).

Los problemas con el uso del internet y las redes sociales surgen cuando las personas descuidan sus rutinas diarias para permanecer conectados a internet, o bien están horas al sueño nocturno; algunos usuarios llegan hasta eliminar comidas durante el día. Permanecer conectados a internet y hacer uso de las redes sociales por más de 3 a 4 horas diarias facilita el aislamiento de la realidad, el desinterés por otros temas, reduce el rendimiento académico, baja el rendimiento laboral, facilita los trastornos de conducta, así como el sedentarismo y la obesidad (Cía, 2013); todo esto, lleva al adolescente a postergar sus actividades diarias.

El periodo de vida universitaria constituye un momento especial en el desarrollo vital de las personas, dado que es cuando adquieren los conocimientos y actitudes básicas en relación con una profesión y, además se espera, que alcancen determinado nivel de madurez. Las actividades propias de este entorno académico requieren la consolidación de hábitos de estudio vinculados a tareas de distinta naturaleza (exámenes, trabajos escritos, presentaciones en público, prácticas...). Para gestionarlas con éxito, los individuos deben ser suficientemente responsables además de capaces de realizar el esfuerzo necesario para llevarlas a cabo en el momento oportuno (Natividad, 2014, p. 3).

La procrastinación es un trastorno del comportamiento que consiste en postergar de forma sistemática aquellas tareas importantes para el desarrollo de la persona y reemplazarlas por otras más irrelevantes.

En el ámbito académico, la procrastinación supone el hábito de posponer las actividades académicas consideradas importantes generando malestar emocional. Constituye una práctica frecuente; según algunos estudios más de un 90% de estudiantes universitarios presentan esta práctica aunque no siempre con carácter crónico (Natividad, 2014), así mismo Guzmán (2013) menciona que entre 80% y 95% de los estudiantes universitarios procrastinan en ocasiones, de estos, el 70% se considera así mismo en un procrastinador y casi el 50% procrastina de manera consistente y problemática. Finalmente como problema crónico afecta al 20% a 25% de la población general.

Según una investigación efectuada por el Banco Mundial, en el Perú de cada 100 peruanos 38 accede al servicio de internet con diferentes fines, esta cifra se acrecienta en niños y adolescentes en edad escolar que lejos de emplear el internet como una herramienta de aprendizaje se encasillan horas y horas en el ordenador para acceder a los denominados juegos en red cuyo consumo excesivo encamina a la adicción. Reportes del Ministerio de Salud señalan que en el 2013 se duplicó el 4 número de menores atendidos en hospitales públicos por adicción a los videojuegos o juegos en red (Gómez, Bustincio, & Espezua, 2014).

Por todo lo dicho anteriormente, se pretende conocer cuál es el consumo de redes sociales de los Estudiantes de la Promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura. Esta situación llevó a plantearse la siguiente

pregunta.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Cuál es el consumo de redes sociales de los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?

### **1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

1. ¿Cuál es el perfil de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?
2. ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?
3. ¿Cuál es el uso de redes sociales que realizan los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?
4. ¿Cuáles son las motivaciones que tienen los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura, al elegir las redes sociales y los contenidos que consumen y difunden?

### **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Conocer el consumo de redes sociales de los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar el perfil de los Estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

2. Identificar que redes sociales son las más utilizadas por los Estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

3. Explicar el uso que le dan a las redes sociales los Estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

4. Conocer las motivaciones que tienen los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura, al elegir las redes sociales y los contenidos que consumen y difunden.



## **1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación que se está realizando es muy importante porque busca conocer el consumo de redes sociales de los Estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

Las redes sociales no son negativas en sí mismas y son una potente herramienta para compartir información, dialogar y mantener relaciones. Sin embargo, un uso descontrolado de las mismas puede incidir en un menor rendimiento académico y este derivar en malas calificaciones, suspensiones y el temido fracaso escolar y/o universitario.

Dentro del interés de la investigación creemos que si el estudiante tiene un control desmedido embace al uso y al tiempo que dedica a las redes sociales estas pueden afectar seriamente en su aprendizaje académico.

El aporte que intentamos brindar es dar una referencia acerca del impacto positivo o negativo que el uso de las redes sociales pueda tener en los estudiantes universitarios. Además, motivar a los estudiantes a aprovechar el tiempo que dedican a internet y fomentar el uso de redes sociales educativas o de aprendizaje que contribuyan con su formación universitaria.

Esta investigación es original porque nunca se ha realizado en la Escuela de Profesional Ciencias de la Comunicación.

## **1.5 ALCANCES Y LIMITACIONES (DELIMITACIÓN)**

Este trabajo es viable porque se cumple con los requisitos legales, administrativos y académicos exigidos por el reglamento de titulación de la Maestría de la Universidad Nacional de Piura.

Además, se cuenta con todas las facilidades del personal docente, administrativo y estudiantes que forman parte de la familia Unepina. También se tiene acceso a diferentes fuentes de información escrita y virtual que nos permitieron y permitirán profundizar aún más en el dominio teórico de las variables de estudio.

Finalmente, se dispone de los recursos económicos y humanos necesarios para materializar nuestro trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL**

Este capítulo señala las diversas investigaciones (Internacionales, Nacionales y Locales) acerca de algunas manifestaciones investigativas relacionadas por diferentes autores, pero con referencia al consumo y uso redes sociales por estudiantes universitarios.

### **2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

Un estudio llevado a cabo en la Universidad Camilo José Cela (España), Titulado Los Enganchados a las redes sociales son peores Estudiantes, realizado por Adolfo Sánchez Burón, Laura T. Rodríguez Tapia y María Poveda Fernández Martín, investigadores del Departamento de Psicología, revela que el 70% de los jóvenes que cursan Secundaria utilizan de manera frecuente las redes sociales. (adolfo sanchez, rodriguez tapia, maria fernandez, laura T, 2000)

El estudio consistió en una investigación descriptiva, donde se ha contextualizado desde un marco teórico comparativo del uso que los adolescentes hacen de los dispositivos tecnológicos y las Redes Sociales. A partir de aquí se diseñaron cuestionarios dirigidos a Padres/madres, profesores y estudiantes para medir qué hacen los jóvenes en Internet, y más concretamente en las redes sociales, así como la influencia que tienen en sus estudios este tipo de servicios. Como muestra se tomaron 1.095 alumnos de Secundaria de seis centros de la Comunidad de Madrid.

El grupo investigador encontró que el hábito más usual de este grupo de estudiantes es mantener el contacto con amigos que ven a menudo o con otros menos cercanos y llama la atención el escaso uso que hacen de las web de información escolar. Las conclusiones manifiestan que se navega más el fin de semana que de lunes a jueves y tienen preferencia Messenger y las redes sociales (Facebook), seguidas de las descargas de música y películas.

El estudio demuestra que este tipo de servicios afectan el rendimiento escolar de los estudiantes que hacen uso frecuente de las redes sociales. "Cuando se analizan diferencias en función del rendimiento académico, sí se observa un patrón constante: los alumnos con más suspensos perciben una mayor influencia de las redes sociales que los grupos con mejores resultados escolares".

Otro estudio realizado por la universidad de Ohio en Estados Unidos, titulado los usuarios de Facebook tienen peores calificaciones que el resto, reveló que el abuso de Facebook podría traer consecuencias en los estudios. Así lo demuestran los investigadores Adam Duberstein y Arjun Karpinski, de las universidades de Ohio State y Ohio Dominican, respectivamente, quienes realizaron una comparación de los resultados académicos de los estudiantes de sus centros que contaban o no con un perfil en la red (Facebook). (Adam Duberstein, Arjun Karpinski, 2000)

Si bien este fue un estudio exploratorio, es uno de los primeros en encontrar una relación entre el uso de Facebook de los estudiantes universitarios y su rendimiento académico. Los investigadores encuestaron a 219 estudiantes en el estado de Ohio, incluidos 102 estudiantes de pregrado y 117 estudiantes de posgrado. De los participantes, 148 dijeron que tenían una

cuenta de Facebook.

La investigación concluyó que quienes eran usuarios de Facebook obtenían un promedio de entre 3 y 3,5 puntos y quienes no la utilizaban obtuvieron un promedio de 3,5 a 4 puntos sobre un máximo de 4. “Nuestro trabajo muestra que quienes invierten más tiempo en Facebook estudian menos. Hay una relación entre ambos factores, pero quizá los usuarios de esta red son más propensos a la distracción”.

Por su parte Patricia Tamez Aguirre (2012) realizó un estudio de investigación para obtener el grado académico de maestro, titulado Adicción a la red social Facebook y su incidencia en el rendimiento académico de estudiantes de la preparatoria 20 de la Universidad Autónoma de Nuevo México. (Aguirre, 2012)

Mediante la aplicación de cuestionarios a 474 estudiantes. El estudio mostró dentro de sus datos recopilados, que el 81% de los alumnos encuestados reconocían que la red social puede ser adictiva, el 34% reconocían que tiene una adicción a Facebook, y que un 46% de los estudiantes consideraban que su rendimiento académico se ha visto afectado por dedicarle más tiempo al internet que al estudio.

De la misma manera, concluyó que la adicción de la red social afectaba a por lo menos dos de cada cinco estudiantes de la preparatoria, y que dos de cada cinco alumnos que tenían red social no tenían en buen desempeño académico.

Otro de los estudios que brindó aportes a la presente investigación fue elaborado por Ferran Viñas Poch (2009) titulado: Uso autoinformado de internet en Adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado de la red, con una muestra aleatoria de 359 adolescentes entre 12-17 años en la Ciudad de Girona, España. (Poch, 2009)

La investigación de carácter transversal utilizó escalas y cuestionarios para identificar el abuso del internet en los jóvenes estudiantes, los resultados mostraron que el 6.7% de los sujetos en estudio dedicaban más de 30 horas semanales al internet y que el 10.2% permanecían conectado después de las 12 de la noche.

El estudio concluyó que al abuso de las redes sociales afecta el rendimiento académico producto de las horas de desvelo que provocaban en los estudiantes, lo que no permitía el hábito de un sueño reparador que facilite el aprendizaje y desde luego el aprovechamiento académico; además se recomendó la supervisión paterna como base fundamental para superar el problema.

En la misma línea Armando Gonzales Terrazas, María Soltero Muñoz, y Erika Gonzales Soltero (2012) realizaron en Chihuahua, México, una investigación cuantitativa titulada Efectos Educativos de las Redes Sociales en alumnos del nivel medio superior de Chihuahua, cuyo objetivo era identificar si el uso prolongado de las redes sociales tenía o no injerencia en el aprendizaje de los estudiantes. (Armando Gonzales Terrazas, María Soltero Muñoz, Erika Gonzales Soltero, 2012)

El estudio cuantitativo consistió en un cuestionario aplicado a los alumnos del nivel medio superior de la ciudad, tendiente a identificar los efectos de educativos de las redes sociales y la muestra la conformaron 373 estudiantes. Se concluyó que el uso prolongado de las redes con fines no educativos causa problemas en el proceso de aprendizaje de los alumnos, añadiendo que el daño emocional también tenía relación con el uso desmedido de las redes, sin embargo, la investigación también determinó que las redes sociales bien aplicadas en educación pueden traer más beneficios que desventajas.

Por su parte, los investigadores E. Conde, Cristina Ruiz Pacheco, y Esteban Torres Lana (2010), publicaron un estudio en el Congreso Euro-iberoamericano de Alfabetización mediáticas y culturas digitales realizado en España, titulado Relación entre el uso del internet y el rendimiento académico en una muestra de adolescente canarios, lo cual pretendía establecer relación entre el tiempo que los estudiantes se conectan a una red social y su rendimiento académico. (E. Conde, Cristina Ruiz Pacheco, Esteban Torres Lana, 2010)

Tomaron como muestra 578 alumnos y alumnas de tres instituciones de la ciudad de Tenerife y utilizando como instrumento una entrevista semiestructurada individual, previamente obteniendo el consentimiento de los participantes al acceso a sus notas académicas.

Los autores identificaron que el tiempo promedio que cada alumno se conectaba a las redes sociales era de dos horas diarias, y concluyen que los alumnos que pasaban más tiempo frente a un ordenador faltaban más tiempo a clases y tenían más asignaturas reprobadas, pero que su rendimiento en matemáticas y lengua no estaban relacionado directamente con las horas que pasa en las redes sociales.

Otro estudio que investigó la incidencia de las redes sociales en el desempeño académico en los estudiantes fue el realizado en Honduras por las investigadoras Renata Rodríguez e Irina Pérez (2014), titulado Investigación sobre hábitos y usos de las TIC por parte de menores, como parte de un estudio cuantitativo descriptivo que abarco siete colegios de educación secundaria afiliados a la ACOSICAM (Asociación de Colegios Jesuitas de Centroamérica). (Renata Rodriguez, Irina Pérez, 2014)

La metodología se basó en un cuestionario aplicado vía internet a un grupo de estudiantes con edades entre 11 y 16 años; dentro de los resultados se descubrió que el 34% de la muestra utiliza el internet, diariamente en los días de semana y asciende al 65% en los fines de semana, de igual manera se descubrió que 3 de 4 encuestados utilizaban el internet diariamente para revisar sus cuentas sociales en la red.

La investigación también determinó que el 92% de los encuestados tienen una cuenta en una red social y que la más utilizada es Facebook con un 87%, y que el 40% de los padres no se saben los contenidos a los que sus hijos acceden en internet, asociado a que el 83% de los alumnos utilizan su dormitorio para conectarse al internet y a las redes sociales.

Sin embargo, otro estudio realizado en España por los investigadores Morales y Barroso (2012), titulado Estudio sobre redes sociales y estudiantes, donde elaboraron una investigación de tipo descriptiva, cuantitativa, mediante una encuesta virtual a 150 jóvenes estudiantes, el objetivo del estudio fue explorar el impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los estudiantes; el mismo concluyó que el 36% de los encuestados afirmaron que su rendimiento académico ha disminuido producto del abuso de las horas en el



chat, y el 44% de los mismo sujetos investigados opinaron que prefieren conectarse a una red que estudiar o elaborar algún trabajo académico. (Morales y Barroso, 2012)

### **2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES**

A nivel nacional, varios investigadores han pretendido establecer cuál es el consumo y el uso de estudiantes hacia las redes sociales, tal es el caso de María Badillo Macedo (2012) realizó una investigación para obtener el grado de licenciatura en Psicología con mención en Psicología Social, titulada “Motivos sociales que impulsan el uso del sitio de red social Facebook en escolares adolescentes de clases medias y bajas de Lima”. (Macedo, 2012)

La presente investigación pretende conocer las motivaciones sociales de escolares adolescentes de nivel socioeconómico medio y bajo de la ciudad de Lima, que impulsan a hacer uso del sitio de red social (SRS) Facebook.

Se realizaron entrevistas a profundidad a nueve escolares de 14 a 17 años de 4° y 5° del nivel Secundario. Adicionalmente, se aplicó un cuestionario basado en asociación de palabras y en completamiento de frases, con términos relacionados al SRS Facebook. Basados en el análisis propuesto por la Teoría Fundamentada, los resultados indicaron que los motivos sociales de pertenencia, información, control, potenciación personal y confianza fueron los principales motivadores en el uso del SRS Facebook.

Por otro lado, un estudio realizado por Orellana, L (2004) titulado “Uso de internet por escolares de 4° y 5° de secundaria en un colegio de la Perla (Callao)”, investigó ¿Cuál es el

uso de internet de los escolares de 4° y 5° de secundaria de un colegio de La Perla (Callao)? Y ¿Existirán diferencias significativas en el uso de internet según género de los escolares de 4° y 5° de secundaria de un colegio de La Perla (Callao)?; cuyos objetivos fueron: Describir y comparar el uso de internet en escolares varones y mujeres del 4° y 5° de secundaria de un colegio de La Perla (Callao), Describir y comparar el lugar de conexión a internet de los escolares del 4° y 5° año de secundaria de colegio de La Perla (Callao), Describir y comparar la frecuencia de conexión a internet de los escolares del 4° y 5° año de secundaria de un colegio de La Perla (Callao), Describir y comparar el tiempo de conexión a internet de los escolares del 4° y 5° año de secundaria de un colegio de La Perla (Callao), Describir y comparar el nivel de destreza de uso de internet por escolares del 4° y 5° año de secundaria de un colegio de La Perla (Callao), Describir y comparar el uso de internet según instructor de los escolares del 4° y 5° año de secundaria de un colegio de La Perla (Callao), Describir y comparar la finalidad de uso de internet de los escolares del 4° y 5° año de secundaria de un colegio de La Perla (Callao). (L, 2004)

El estudio es de tipo descriptivo y aplicado a adolescentes (alumnos y alumnas) de entre 14 y 18 años, Se utilizó un cuestionario adaptado por la propia investigadora cuya finalidad fue obtener información de manera sistemática y ordenada de acuerdo a las dimensiones planteadas.

Para esta investigación se tomó dos ítems del cuestionario sobre el desarrollo de capacidades en tecnologías de la información y la comunicación de Choque (2009) al cual se tuvo que realizar varias modificaciones y por tal motivo fue sometido al juicio de expertos donde participaron catedráticos de la USIL y docentes chalacos y se concluyó que: Para los escolares

de 4° y 5° de secundaria, el tiempo de conexión a internet es una hora.

Con respecto al género, se observó que los escolares varones respondieron que pasan dos horas en internet con un porcentaje ligeramente superior (38.1%) al de las mujeres (22.2%), Los escolares del 4° y 5° de secundaria de la institución educativa analizada usan en un 51.5% internet en forma interdiaria. Es decir, que los jóvenes y adolescentes están en contacto continuo con la tecnología.

Con respecto al género, las mujeres ingresan con más frecuencia (66.7%) que los varones (23.8%), El 89.4% de los escolares ingresa al Google. Con respecto a la construcción de páginas web se obtuvo el porcentaje de: 4.4% en varones y 4.8% en mujeres.

Por lo tanto, se ha considerado que el nivel de destreza es de nivel básico. No se encontró diferencias significativas entre ambos sexos, al contrario, el porcentaje es similar. Para analizar esta información hay que tener en cuenta que los jóvenes no recibieron ningún curso de computación en el colegio donde se tomó la muestra, El 39.4% de los escolares encuestados “aprendió por sí solo el uso de internet”.

Del mismo modo, se estableció que los docentes y padres no fueron quienes enseñaron el uso de este medio. En el caso de las escolares mujeres se aprecia una dependencia por parte de los amigos, familiares e incluso el empleado de cabina pública quienes fueron los instructores en el uso de internet. Entonces se puede afirmar que se observa una brecha digital por edad entre adolescentes y adultos. Por la información expuesta, los adultos permanecen al margen en el uso de internet, Hay que precisar que la finalidad del uso no es solo para una tarea específica.

Los escolares usan internet para varias actividades: buscan tareas mediante Google, escuchan música y simultáneamente están chateando y descargando videos. Se infiere este hecho porque generalmente los escolares están en internet durante una hora y han marcado diferentes actividades que realizan durante este tiempo. Sin embargo, de acuerdo a los datos obtenidos en primer lugar figura el uso comunicativo de internet.

Los escolares usan el correo electrónico en 65.2%, el chat en 54.5% y el 36.4% ingresa a las redes sociales. En segundo lugar, se encuentra el uso de internet para el entretenimiento debido a que manifiestan que siempre ingresan al YouTube en un 56% y descargan música de internet en un 48%. En tercer lugar, figura el uso informativo de internet debido a que el 39% de los entrevistados realiza búsquedas sencillas para realizar tareas. En cuarto lugar, aparece la finalidad educativa puesto que el 36% señala que usa programas educativos desde internet.

Finalmente, en enero del 2018, el Consejo consultivo de radio y televisión nacional (Concortv), realiza un informe a nivel nacional sobre las tendencias y el uso de medios y actividades cotidianas. El estudio es cuantitativo y se empleó un cuestionario estructurado a 9714 personas, entre hombres y mujeres mayores de 18 años en los niveles socioeconómicos A, B,C,D y D.

Entre los principales resultados de tienen los siguientes:

### **Tendencia y uso de medios**

- A nivel nacional, el medio más consumido es la televisión, seguido de la radio.

- El consumo de internet se incrementó en 09 puntos porcentuales en relación a la medición del 2015. Este medio tiene mayor presencia en los hogares de la ciudad de Lima, y la mayoría lo utiliza para visitar redes sociales como Facebook, Instagram, entre otros.
- En cuanto al uso de celulares, se observa un mayor uso de celulares multimedia en la ciudad de Lima (70.6%); sin embargo en provincia y sobre todo en el ámbito rural el celular básico es el más utilizado (43%).

### **Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas**

- 03 horas dedican a ver tv de lunes a viernes (similar tiempo los fines de semana). 02 horas dedican para escuchar radio y casi 03 horas a navegar por internet. El promedio de lectura de diarios o revistas es de 1 hora a 25 minutos.
- 65% cuenta con tv por suscripción por cable, mientras que en la medición del 2015 este porcentaje era de 62%. Se observa un incremento de 03 puntos porcentuales.
- 13% accede a contenido audiovisual a través de plataformas OTT, utilizando dispositivos por medio de internet. (Netflix, Movistar Play, Claro Video, etc).

### **2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES**

A nivel local no se cuentan con investigaciones relacionadas a la presente investigación.

Sin embargo, en la biblioteca Especializada de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, encontramos tres tesis que hacen mención

al uso del internet y a algunas redes sociales. Las tesis son las siguientes:

Comunicación digital: frecuencia del uso de los emoticonos en los mensajes de WhatsApp en la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. 2017. Tesis para obtener el grado de licenciada en ciencias de la comunicación. Br. Sioyin Xinglin Rumiche.

Por otro lado, la Br Diana Jines Castillo, realizó una tesis para obtener el grado de licenciada en ciencias de la comunicación, titulada: el uso del internet como herramienta para la búsqueda de información científica en estudiantes del octavo ciclo de ciencias de la comunicación de la UNP 2017-II.

Finalmente, la Br Mercedes Ayala Mechado realizó la propuesta de un plan comunicacional en redes sociales para concientizar acerca de las ITS a los alumnos de la escuela de ciencias de la comunicación UNP 2017.

## **2.2 BASES TEORICAS**

## **2.3 REDES SOCIALES**

- **DEFINICIÓN:**

Pineda Ballesteros (2013), en su obra, análisis de redes sociales y comunidades virtuales de aprendizaje, menciona que las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad,

parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. Una red social es también una estructura social en donde hay individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, entre otros.

Para Manuel Castells (2000) en su libro, *Internet y la sociedad red*, una red es un conjunto de nodos que se conectan entre sí, donde cada uno tiene una función y significado. Cuando alguno de ellos pierde significado, las redes tienden a reconfigurarse eliminando a los nodos y agregando nuevos. En sociedad las redes son estructuras de la comunicación, corrientes de información y los nodos son los ciudadanos, unidos y distantes a la vez.

Los nodos son aquellos puntos de intersección o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar, es decir, donde se unen los hilos de la red. En una red de metro serían las estaciones de enlace.

Por su parte los catedráticos de la Universidad de Harvard, Nicholas A. Christakis, y el profesor de la Universidad de California, James H. Fowler, aseguran en su libro. *Conectados*, el sorprendente poder de las redes sociales, “una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos” (Christakis y Fowler, 2010, p. 27); y más adelante afirman que “La forma de construir o visualizar una red depende de cuáles sean los vínculos que más nos interese destacar.

La mayoría de los análisis subrayan los vínculos familiares y de amistad, y con los compañeros de trabajo y los vecinos. Pero existen todo tipo de vínculos sociales y, por tanto, todo tipo de

redes sociales.” (Christakis y Fowler, 2010, p. 30). A este tipo de vínculos o relaciones también hace referencia (Gallego, 2010, p.176), quien define la red social “como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí.

Las redes sociales se podrían definir como estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como laborales, amorosas, de amistad, parentesco, con intereses comunes o que comparten conocimientos, gustos, profesiones, preferencias similares e ideas de libre expresión.

## **2.4. TIPOS DE REDES SOCIALES**

Carlos Oliva Marañón (2012) publica su estudio titulado: Redes Sociales y Jóvenes, una entidad cuestionada en internet, donde clasifica a las redes sociales en:

- a) Redes sociales de carácter Personal, como Facebook, Twitter o Myspace.
- b) Redes sociales de tipo Profesionales, como LinkedIn, Xiang o Viadeo.
- c) Redes sociales Temáticas dentro de las cuales están cuantatuviaje.net o Musicmakesfriends.com.
- d) Redes sociales de Escala local, como Tuenti, Hyves o Xianoei.

Por su parte, el abogado de blockchain ciberseguridad egames y marketing Pablo Burgueño (2009), en su estudio derecho a la identidad digital, establece una clasificación distinta, basándose en el público objetivo y el sujeto principal, de esta manera organiza las redes sociales



de acuerdo:

- a) Su público y objetivo: Dentro de las cuales están, las redes sociales horizontales dirigidas a todo tipo de usuario y sin temática definida como Facebook o Twitter y las redes sociales Verticales las cuales están definidas en base a una temática como ser relaciones profesionales, la música, o el ocio, entre las cuales destacan LinkedIn, Xiang, Wipley, o Viadeo.
- b) El sujeto principal de la relación: En este grupo destacan las redes sociales humanas centradas en fomentar las relaciones entre las personas como el caso de Tuenti, las redes sociales de contenido donde los perfiles se unen a través de contenidos publicados como Scribd o Flickr, y redes sociales Inertes cuyo objetivo es unir marcas, automóviles o lugares, son el tipo más novedoso de red, respéctense forma parte de este tipo de redes sociales.

En cambio, Alberto Ureña, Annie Ferrari, David Blanco y Elena Valdecasa (2011) en su estudio titulado las redes sociales en internet, establecen una clasificación más rigurosa de las redes sociales donde mencionan el siguiente esquema:

- a) Redes Directas: Son redes en las que las personas interactúan entre sí en igualdad de condiciones y compartiendo sus intereses en común, controlando la información que comparten con el resto del grupo, este tipo de redes a su vez se subdividen en:

| Según su Finalidad   | Según su modo de Funcionamiento   | Según su Grado de Apertura   | Según su nivel de integración  |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• De Ocio</li> <li>• Uso profesional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De contenidos</li> <li>• Basada en perfiles</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicas</li> <li>• privadas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verticales</li> <li>• Horizontales</li> </ul> |

- b) Redes indirectas : Son redes cuyos usuarios no disponen de un perfil visible ya que la información es controlada y dirigida por un solo individuo o grupo de individuos que controlan los temas o discusiones en base a un tema específico, ejemplos claros de este tipo de redes son los Blogs y los Foros.

Las redes sociales se podrían definir como estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como laborales, amorosas, de amistad, parentesco, con intereses comunes o que comparten conocimientos, gustos, profesiones, preferencias similares e ideas de libre expresión.

## 2.5. REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS POR ESTUDIANTES

- **FACEBOOK:** Ahora mismo el reinado es de Facebook. En los últimos meses Facebook ha llegado al nivel de Twitter. Facebook es más estable técnicamente, y ofrece muchas características que Twitter no lo hace.

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concretan en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. En julio de 2010, Facebook cuenta con 500 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas. En mayo de 2011 alcanza 600 millones de usuarios.

- **WHATSAPP:** Ha resultado ser una auténtica revolución en el mundo de las comunicaciones, como consecuencia de que mediante el sistema de mensajería instantánea permite a los usuarios comunicarse al momento con los demás sin ningún costo. Pues bien, los encargados de poner en marcha este proyecto fueron el ex director de operaciones de Yahoo, Jan Koum, y otro de sus trabajadores, Brian Acton.

La empresa que lo creó recibe el mismo nombre, Whatsapp. Inc, y tiene su centro de operaciones en Santa Clara (California). Todo comenzó en el año 2009, cuando sus creadores se embarcaron en un proyecto que alcanzaría un éxito inimaginable. Inicialmente recibieron una financiación de varios millones de dólares por parte de diferentes empresas de capitales. En enero de 2012, la compañía causó un gran revuelo porque fue retirada la aplicación de la tienda de Apple, aunque regresó al poco tiempo con algunos cambios de apariencia y con una mejora en el rendimiento.

- **WHATSAPP EN MANOS DE ZUCKERBERG:** En cuanto el creador de Facebook compró WhatsApp realizó los cambios que tenía en mente. El doble check azul cayó del cielo sin que nadie supiéramos nada de él pero, como es lógico, la comunidad se quejó ya que no era una opción para el usuario, sino un cambio obligatorio para todos.

El equipo de Zuckerberg respondió rápido añadiendo nuevas opciones de configuración que permiten controlar la privacidad: marcar quien puede ver su estado de perfil, desactivar el doble check azul, entre otras. Aunque en el 2012 el servicio comenzó a utilizar encriptación, las claves podrían ser leídas por terceros como la NASA. Facebook cambió las reglas de juego y en 2014 estableció un sistema cifrado punto a punto, a través de la aplicación Text Secure de Open Whisper Sytem. De esta forma las claves generadas no son conocidas por nadie, ni siquiera por WhatsApp.

- **TWITTER:** El crecimiento de Twitter ha sido increíble, llegando a estar en el pódium de las redes sociales más utilizadas, y en tiempo record. La red permite mandar mensajes de texto plano de bajo tamaño con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otro usuarios a esto se le llama “seguir” y a los suscriptores se les llama “seguidores” o tweekers (Twitter + peeps). Por defecto los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a seguidores.

Los usuarios pueden twittear desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas (como Smartphone), o mediante el servicio de mensajes cortos (SMS) disponible

en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil.

- **GOOGLE:** Es la más nueva y reciente de las redes sociales y ya cuenta con una inmensidad de miembros. No posee las características de Facebook, ni pretende imitarlo. Gracias al inmenso protagonismo y poder de Google en internet, puede llegar a ser una de las redes más grandes y poderosas.

Brinda facilidades para crear redes de amigos y organizarlos en los llamados círculos. Posibilita subir contenido para compartir de forma sencilla, se facilita la publicación de artículos en dicha red mediante el botón +1 que ya aparece en varias páginas de internet y en la barra de google en el navegador que la tenga instalada, Google + es una red en pleno desarrollo y llena de nuevas posibilidades, Google + ha hecho posible y aún está en proceso de desarrollo, una herramienta única en los sitios sociales de internet, que es llamada Hangouts (también conocida como quedadas).

Consiste simplemente en compartir conversaciones en video con los miembros de la red. Al entrar a tu página y usar el botón necesario, verás los Hangouts que se están realizando y en los que podemos participar. Esta funcionalidad puede dar posibilidades en el futuro cercano, de ver y participar en cualquier entrevista hecha en vivo a personalidades, artistas o figuras públicas. Se debe estar al tanto de todos los nuevos cambios en esta red, única en internet por las inmensas posibilidades de su promotor.

## 2.6 ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES

Según Echeburúa y de Corral (2010), en su artículo científico adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes publicado por la revista adicciones en Mallorca España, la red social puede atrapar a los jóvenes gracias a que el mundo virtual contribuye a crear una falsa identidad y a distanciarse o distorsionar el mundo real.

El mismo autor define algunas señales de alarma o características de los adolescentes expuestos a la adicción de las redes (Facebook), dentro de las cuales destacan la privación del sueño y descuidar otras actividades importantes como el contacto con la familia y los estudios. En cuanto a los síntomas que presenta el afectado podrían ser:

- Revisar Facebook a diario, varias veces al día, o todo el día.
- Su mentalidad es filtrar todo a través de la red social, como poder compartir, promocionar, marketear, o propagar información personal, laboral, o social.
- Actualizar tu estado, perfil, fotos, etcétera, con frecuencia y etiquetas a tus amigos para recibir comentarios.
- Las horas de descanso se han reducido en dos horas o más.
- Pasan las horas antes que te des cuenta que no has hecho nada, excepto navegar en una red social (Facebook).
- Los llamados "adictos" (en la gran mayoría menores de 25 años) en un 18% de estos solo pueden estar desconectados apenas un par de horas.

Por su parte Odriozola (2012) en su artículo acerca de los factores de riesgo en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en los jóvenes concluye que el abuso de las redes sociales y del internet puede ser una manifestación secundaria de otra adicción principal (como el sexo) u otros problemas psicopatológicos como depresión, fobia social, y otros problemas de tipo impulsivo compulsivo.

Según Echeburúa y de Corral (2010) en su artículo adicción a las nuevas tecnologías establecen que las nuevas tecnologías pueden facilitarles la vida a las personas o complicárselas, especialmente a los adolescentes, a los cuales las redes sociales pueden atraparlos alejándolos del mundo real y creando una falsa identidad, interfiriendo negativamente en la vida cotidiana. En su conclusión establecen que la adicción a las redes sociales son producto de males emocionales como el aburrimiento, la soledad, la ira, la falta de aceptación y el nerviosismo y establecen dentro de las características de adicción a las redes sociales, el descuido de las actividades importantes como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio y el cuidado de la salud.

Los autores anteriores plantean que existen varios factores de riesgo en cuanto a la adicción a las redes sociales (Facebook), factores personales o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica, factores familiares y factores sociales.

## **2.7 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES EN EL AULA**

### **2.7.1. VENTAJAS**

#### **Son herramientas interactivas**

Una de las grandes ventajas del uso las redes sociales en el aula es que permiten la interacción en las publicaciones de los demás usuarios, sobre todo, a través de comentarios lo que estimula el debate y la participación del alumnado. Es importante enseñar a los niños a interaccionar entre ellos, labor que recae en el docente, porque esta implicación favorece el desarrollo del compromiso emocional, fomenta lazos de unión, así como estimula el sentido de la responsabilidad.

#### **Favorecen el desarrollo de competencias tecnológicas**

El hecho de que en clase se usen a menudo elementos digitales favorecerá y forzará al alumnado a actualizar sus conocimientos tecnológicos. El uso de las redes sociales en el aula no sólo permitirá que los estudiantes aprendan de una manera más dinámica, participando activamente en los temas tratados en el aula, sino que además les llevará a utilizar distintas herramientas que les serán de gran ayuda más adelante en su vida profesional, favoreciendo de esta forma el desarrollo de sus competencias tecnológicas.

#### **Fomentan la búsqueda de información**

Otra de las ventajas del uso de las redes sociales en el aula es que impulsa la necesidad de acceder a la información que se necesita para hacer un trabajo o para participar en un debate. La búsqueda de información es un elemento clave para cualquier profesional en la economía digital.



### **Permiten el trabajo en equipo**

Hoy en día cada vez más se aprecia el valor de lo social y del trabajo en equipo. Empezar desde el colegio a utilizar herramientas que permitan desarrollar habilidades y aptitudes como la socialización, el trabajo en equipo y el valor de compartir será esencial para el desarrollo personal y profesional del alumnado. En este terreno, las ventajas de las redes sociales en el ámbito educativo son innegables.

### **Permiten crear Identidad digital**

Otra ventaja que ofrecen las redes sociales en el aula es que les permiten tomar conciencia de la importancia que hoy en día tiene la identidad digital para formarse como profesionales. Es esencial enseñarles que las redes sociales son más que un mero elemento de entretenimiento y comunicación, así como destacar la importancia de la privacidad y el buen uso de su identidad digital como medio para evitar el ciberacoso.

### **Favorecen el desarrollo de los procesos cognitivos de alto nivel**

Las redes sociales permiten que los estudiantes aprendan “haciendo cosas”. Esto propicia que los procesos cognitivos evolucionen gracias a la transformación y manipulación de la información, desarrollando capacidades cognitivas de alto nivel como son: el razonamiento, la capacidad crítica, de síntesis y de análisis y la toma de decisiones.

### **Permiten realizar una “flipped classroom”**

¿Sabes qué es una clase invertida (flipped classroom)? Por sus propias características las redes sociales favorecen la realización de una clase invertida, ya que permiten el acceso a los contenidos en cualquier momento. Los recursos de aprendizaje sociales pueden emplearse

para interaccionar con los compañeros y los profesores fuera del horario lectivo, y de esta forma, luego “invertir” la clase.

### **Impulsan la creatividad digital**

Dentro de las ventajas del uso de las redes sociales en el ámbito educativo, uno de los aspectos muy a tener en cuenta es el fomento de los procesos creativos que se plasma en el uso de imágenes, vídeos, gifs y otros recursos TIC con los que nuestros hijos interactúan a diario.

### **2.7.2 DESVENTAJAS**

El uso educativo de las redes sociales no debe pasar por alto que también existen desventajas. En este caso, hay que poner de manifiesto que la aplicación de las redes sociales en el aula tiene que hacerse paso a paso, respetando los tiempos y la edad de los alumnos y, sobre todo, teniendo muy claro que su aplicación debe estar permanentemente tutorizada por el docente, de acuerdo con los padres y madres de los estudiantes.

Estas son alguna de las desventajas del uso de las redes sociales en el aula que apuntan los expertos:

#### **Distracción y tiempo excesivo de uso**

El valor educativo de las redes sociales es innegable, pero también su capacidad para la distracción de los alumnos. Una de las claves para su buena aplicación es dejar muy claro desde el principio las normas y los límites de uso en los que se centra la actividad con ellas.

## **Debates encendidos**

No todo vale. Ni en la vida real ni el mundo virtual. Los docentes deben estar muy atentos a los debates que se generen en el ámbito de las redes sociales en el aula para detectar posibles casos de ciberacoso o comportamientos incorrectos. Es imprescindible la figura de un moderador.

## **Dependencia excesiva**

Directamente relacionado con el primer punto y con los límites de tiempo. Los menores ya están acostumbrados a un uso lúdico de las redes sociales. Su uso en el aula debe tener muy presente su capacidad adictiva y los riesgos que esta supone. Este punto es especialmente importante en el caso de los adolescentes.

## **Solo son un complemento, no una herramienta educativa**

Las ventajas del uso de las redes sociales en el aula impulsan la búsqueda de información y favorecen el desarrollo de competencias digitales, pero no son la única fuente de información ni la única manera de realizar actividades educativas. Volvemos a destacar la importancia del control de horarios y del uso.

## **Riesgo para la información personal**

Cuando hablamos de la aplicación de las redes sociales en el aula debemos tener muy presente las normas sobre privacidad y la importancia de saber cómo comunicar los datos sin necesidad de difundir datos de carácter personal. Los riesgos en este sentido son evidentes y deben ser abordados desde el primero momento en el que se ponen en marcha actividades con redes

sociales en el aula.

### **Falta de interacción física**

Otro de los riesgos del uso de las redes sociales en el aula tiene mucho que ver la comodidad para compartir información y trabajar en el entorno virtual. Este hecho no debe nunca descuidar la necesidad de que realicen actividades que les pongan en contacto directo con sus compañeros y compañeras.

Las desventajas del uso de las redes sociales en el aula están directamente relacionadas con su mal uso en la vida cotidiana y estos implican tanto a mayores como a niños.

## **2.8 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

### **Estudiante:**

Es aquella persona dedicada a la lectura, puesta en práctica y aprehensión de conocimientos sobre alguna materia o arte.

### **Grupo Estudiantil:**

Un Grupo Estudiantil está formado por aquellas personas dedicadas a las lecturas, puestas en práctica y aprehensión de conocimientos sobre alguna materia o arte. También son llamados grupos estudiantiles a aquellos formados por personas para realizar debates, marchas, juegos, etc en nombre de una institución educativa.

**Redes sociales:**

Milgram (2004). “Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

**Vínculo**

Lic. Sonia Cesio (2003). Término que deriva del latín "vinculum", de "vincere" atar. Significa unión o atadura de una persona o cosa con otra. Se usa también para expresar: unir, juntar o sujetar con ligaduras o nudos. Se refiere a atar duraderamente.

Es preciso distinguir dos conceptos diferentes: vínculo y relación. Es un concepto instrumental en psicología social, que toma una determinada estructura y que es manejable operacionalmente. El vínculo es siempre un vínculo social, aunque sea con una persona a través de la relación con esa persona se repite una historia de vínculos determinados en un tiempo y en espacios determinados. El vínculo se relaciona luego con la noción de rol de status y de comunicación.

## **2.9 LOCALIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD**

Para realizar nuestro trabajo de investigación hemos elegido a los estudiantes de la promoción 2018 de la especialidad de ciencias de la comunicación social de la UNP. La Universidad Nacional de Piura está ubicada en el departamento de Piura, provincia Piura, distrito de Castilla. Urb. Miraflores s/n, campus universitario.

## **2.10 HISTORIA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

El proyecto de creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social, fue presentado a la Asamblea Universitaria el año 1999 y aprobado con Resolución de AU. N° 005-1999 del 05 de abril, durante el Rectorado del Ing. Freddy Aponte Guerrero. El Consejo de Facultad en sesión ordinaria del 20 de mayo 1999 implementa la comisión para elaborar los planes de funcionamiento conformado por los docentes de la Facultad de Educación: Lic. Ruth Santibáñez Vivanco, Lic. Sigifredo Burneo Sánchez, Lic. Aurelia Zavala Palacios y el Psic. Oscar Oliva Poción.

El 11 de junio 1999 mediante Resolución de Consejo Universitario N° 1229, aprueba esta comisión para que se encargue de las consultas y coordinaciones para la creación de la Escuela, con la Universidad Católica.

El 09 de julio del año 1999, mediante Resolución de Consejo Universitario N° 1418, se da inicio al funcionamiento de la Escuela y mediante examen de admisión se convoca a

postulantes para cubrir 50 vacantes.

En agosto del año 2000, la Escuela inicia sus labores con 50 alumnos y extremas dificultades por la falta de infraestructura y con un solo docente para todas las asignaturas (Miguel Godos Curay), esto se agudizó con el ingreso de 51 alumnos más en el siguiente examen de admisión. Posteriormente se contrató a dos docentes. Teddy Montufar Abad y Noé Rojas Cardoza.

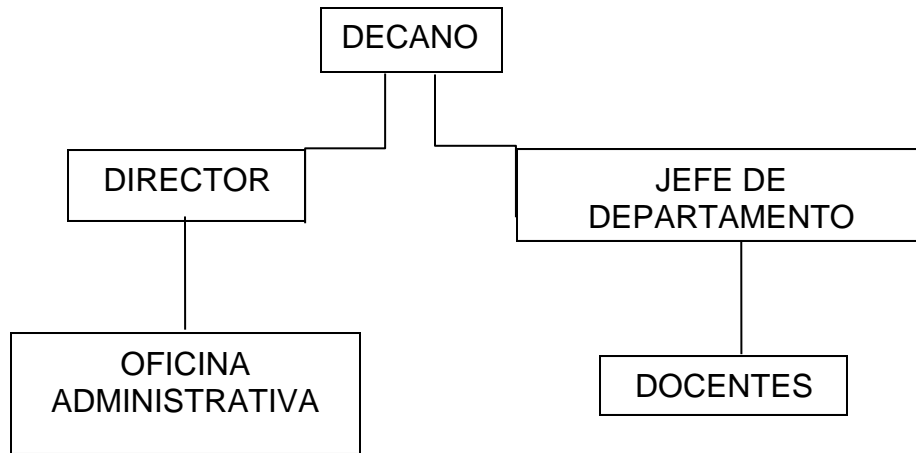
Su primer coordinador fue el Lic. Sigifredo Burneo Sánchez, y el primer profesor de la Escuela fue el docente Julio Estrada. Finalmente, el 17 de noviembre del 2005 en sesión ordinaria del Consejo de Facultad se aprobó el funcionamiento del PATPRO en Ciencias de La comunicación.

## **2.11.MISIÓN Y VISIÓN DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**MISIÓN:** Formamos profesionales competentes, capaces de investigar, planificar, ejecutar y evaluar estrategias eficaces de periodismo, relaciones públicas, publicidad y propaganda utilizando los medios de comunicación social y la comunicación interpersonal, capaces de desarrollar tareas de comunicación humana vinculadas al desarrollo de la comunidad y la solución de conflictos.

**VISIÓN:** Al 2014 seremos una unidad de servicios académicos de la Universidad Nacional de Piura, líder en la Región Norte, en la formación de personas éticas, humanísticas y científicas profesionales en Ciencias de la Comunicación Social que respondan a las necesidades de su comunidad y promuevan el desarrollo humano.

## 2.12. ORGANIGRAMA





## 2.13. MALLA CURRICULAR Y PLANA DOCENTE

CUADRO 1: MALLA CURRICULAR ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACION

| 1° ciclo  | 2° ciclo                      | 3° ciclo  | 4° ciclo   | 5° ciclo  | 6° ciclo                               | 7° ciclo                                   | 8° ciclo                         | 9° ciclo                              | 10° ciclo                             |
|---|-------------------------------|---|--|---|--|--|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Comunicación  | Discurso en Comunicación      | Redacción periodística I                        | Géneros informativos                               | Géneros y estilos de opinión                      | Prensa especializada                   | Lenguaje audiovisual: cine y tv            | Producción audiovisual           | Proyectos multimedia                  | Proyectos multimedia                  |
| Metodología de Estudios Superiores                                    | Antropología Filosófica       | tecnología de la información I (artes gráficas) | Lenguaje fotográfico                               | Lenguaje radiofónico                              | Producción radiofónica                 | Investigación mercados                     | Ética y regulación de medios     | Seminario de derecho                  | Seminario de derecho                  |
| Filosofía y Ética   | Sociología de la Comunicación | historia del periodismo                         | Ética y deontología de la comunicación             | Bases del diseño gráfico                          | Diseño periodístico                    | Comunicación organizacional                | Medios sociales                  | Diseño proyectos investigación        | Diseño proyectos investigación        |
| Teorías de la Comunicación  | Economía general              | historia del pensamiento económico              | Metodología de la investigación en la comunicación | Estadística para la investigación en comunicación | Técnicas cualitativas de investigación | Técnicas participativas                    | Estrategias comunicacionales     | Diseño evaluación planes comunicación | Diseño evaluación planes comunicación |
| Matemática Básica   | Ingles técnico                | psicología social                               | Geografía general                                  | Visión contemporánea                              | Comunicación para el desarrollo        | Diseño Planes incidencia                   | Diseño producción publicitaria   | Gestión campaña publicitaria          | Gestión campaña publicitaria          |
| Ingles básico para comunicadores                                      | Oratoria y desarrollo humano  | computación general                             | Actividades de responsabilidad social              | Realidad nacional y regional                      | Fotografía publicitaria                | Edición audio y video o Marketing personal | Diseño y evaluación de proyectos | Comunicación política                 | Comunicación política                 |
| Teatro o Taller de herramientas ofimáticas para la vida universitaria |                               | Teoría e historia de la publicidad y RRPP.      |  | Periodismo político o periodismo cultural         |  | Práctica pre profesional intermedia        | Taller de manejo de cámara       | Protocolo o políticas públicas        | Protocolo o políticas públicas        |

**TOTAL DE CREDITOS PARA GRADUACION: 216**

## **2.14.PLANA DOCENTE**

Actualmente la Escuela tiene 19 años de creación bajo la dirección del Dr. Javier Gonzales Moran, y cuenta con 11 docentes: 07 docentes nombrados, 02 docentes con plazas minedu, y 02 docentes contratados por locación de servicios

La Escuela de Comunicación Social cuenta con una plana docente de gran experiencia laboral adquirida en el trabajo de Medios de Comunicación.

En cuanto al nivel académico podemos decir que 4 docentes poseen estudios doctorales y 7 docentes cuentan con estudios de maestría. Además, toda la plana docente manifiesta interés por la capacitación y perfeccionamiento profesional.

Docentes y alumnos participan activamente en el proceso de Acreditación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación. Tanto en las actividades de capacitación como en el planeamiento participativo conjunto que se ejecuta de acuerdo a la programación oficial.

1. Mag. Miguel Godos Curay.
2. Mag. Teddy Montúfar Abad.
3. Dra. Dina Saavedra Pintado
4. Mag. Marco Rumiche Purizaca
5. Mag. Mariela Barrientos Benítez
6. Dr. Javier Gonzales Moran
7. Dra. Alina Antón Chavéz

8. Dr. Noé Rojas Cardoza
9. Mag. Alan Aldana Tusso
10. Mag. Carmen Vásquez Cordova
11. Mag. José Neira Moncada

La Escuela de Ciencias de la Comunicación Social pertenece a la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura. Su población estudiantil actual es de 623 alumnos y 09 promociones de egresados quienes en su mayoría laboran en los diferentes medios de comunicación de la región y otras empresas privadas locales y nacionales.

## **2.15.PROYECCIÓN Y EXTENSIÓN SOCIAL**

En cuanto a la Proyección Social, la Escuela promueve cada año, actividades de proyección y desarrollo humano en las comunidades rurales de nuestra región. Por ejemplo, los alumnos del Seminario de Análisis sobre la Realidad Periodística Contemporánea a cargo del docente Teddy Montúfar, efectuaron capacitaciones a los alumnos del Colegio Jorge Basadre de Piura a quienes les enseñaron a construir Web Blogs. Igualmente, en representación de la Escuela el profesor Miguel Godos Curay, ha cumplido con pronunciar conferencias en diversas instituciones de Piura, Sullana, Talara.

De igual manera, otro grupo de alumnos capacitó a los pobladores de los caseríos de Catacaos, en temas de prevención del Fenómeno del Niño y acerca de la salud y proyectos productivos. Con la cooperación de las Institución Chasqui, también se proyectaron películas

a las comunidades de alto contenido educativo y reflexivo, para propiciar el debate social.

#### **2.15.1. Algunos avances del último año en la Escuela de Ciencias de la Comunicación:**

Se realiza un trabajo Docente en el cual se combina la Teoría con la Práctica. Los alumnos y alumnas acuden a diversos lugares (mercados, asentamientos humanos, Instituciones Públicas, etc.) para realizar el acopio de Información que les permita realizar sus trabajos de redacción de Noticias, informes y entrevistas.

Tres docentes de nuestra Escuela asistieron con sus recursos propios al Encuentro Internacional de Facultades de Comunicación, realizado en abril 2012, en la ciudad de Loja-Ecuador, y nuestra Escuela fue la única a nivel de Universidades Nacionales que asistió al evento.

Hay que destacar el trabajo conjunto entre docentes y personal administrativo, quienes en el curso de Tecnología de la Información II, realizaron el Taller de Encuadernación, recuperando varios libros deteriorados de nuestra biblioteca.

Medios de Comunicación de reconocido prestigio (Radio Cutivalú, Panamericana y Sol TV) solicitan a la Escuela de Ciencias de la Comunicación que se recomiende a un grupo de alumnos para que realicen prácticas profesionales. También se registraron pedidos para que los egresados ocupen puestos laborales en la Redacción de los diarios Correo, Tiempo y La Hora.

### **2.15.2. Jerarquizar y resaltar las ventajas y los beneficios que recibe el consumidor del servicio educativo**

La UNP es la universidad líder en el norte del país en ofrecer la carrera de Ciencias de la Comunicación otorgando el título de Comunicador Social. La formación profesional publicitaria que brinda la UNP está basada en desarrollar habilidades estratégicas con una visión integral de la comunicación para identificar ventajas competitivas de un producto o servicio.

El mercado laboral de hoy exige profesionales con una visión integral de las comunicaciones. Por ello, la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNP prepara a sus alumnos para enfrentar con éxito este nuevo desafío del quehacer publicitario. Resulta entonces determinante contar con un dominio en el uso de herramientas de planificación, marketing y de las múltiples técnicas gráficas, audiovisuales e interactivas.

Los Comunicadores sociales formados en nuestras aulas están preparados para desarrollar campañas de publicidad, teniendo como base el desarrollo integral de una estrategia de comunicación que pueden implementar en los diversos medios: televisión, radio, prensa, Internet, vía pública, puntos de venta y otros, buscando efectividad en el mensaje y cumplir con los objetivos estratégicos del cliente.

La metodología de enseñanza se basa en una estructura activa, donde los cursos son orientados hacia el desarrollo de las competencias básicas del modelo educativo de la UNP: creatividad, pensamiento crítico, comunicación, espíritu empresarial, orientación al logro,

sentido ético y valores de ciudadanía. Estas son monitoreadas en forma continua a lo largo de la vida universitaria donde los alumnos deben alcanzar los niveles que nos permiten asegurar que las competencias son alcanzadas.

La malla curricular está conformada por cursos y talleres. Los cursos permiten brindar la base teórica necesaria para que los alumnos se puedan adaptar al entorno creativo propio de la carrera. Los talleres permiten volcar en la práctica la base teórica aprendida. Para esto, la UNP ha establecido la necesidad de llevar cursos propios de la carrera desde el primer ciclo, los cuales se enlazan con los contenidos de las materias de formación general y de estudios de la comunicación.

La competitiva formación del publicista de la UNP está asegurada gracias a un correcto balance de profesores que conforman nuestra plana docente, cuyo gran porcentaje son profesionales en ejercicio de las principales agencias de publicidad, empresas comerciales y medios de comunicación. Esto nos permite brindar una educación donde el alumno se enfrentará no sólo a evaluaciones teóricas, sino también, y sobre todo, a casos reales de publicidad y marketing del Perú y del extranjero.

Educación actualizada: el número de alumnos por aulas y laboratorios está asignado en función a la metodología más adecuada para el curso.

Exigencia académica del idioma inglés como requisito indispensable de la formación profesional.

Oficina Administrativa encargada de coordinar las prácticas pre profesionales y de apoyar a los egresados en su proceso de inserción en la vida laboral.

Plana docente conformada por profesionales en actividad con experiencia y reconocimientos en los campos del marketing, publicidad y comunicaciones en las principales agencias publicitarias, empresas comerciales y medios de comunicación.

70 % de egresados trabajando en medios informativos, en empresas comerciales así como en agencias de publicidad.

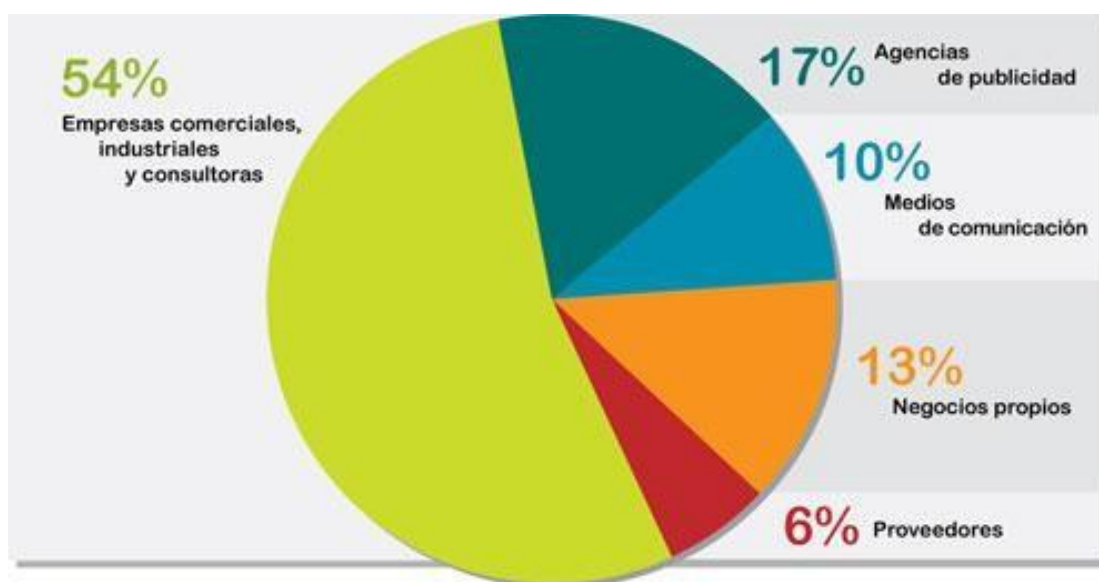
Reconocimientos regionales al trabajo de nuestros alumnos, quienes participan en concursos dentro y fuera de la región antes de terminar su carrera.

**Los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social tienen las opciones laborales en los siguientes campos de trabajo:**

- Ejercicio profesional del periodismo: prensa escrita, radial y Tv.
- Publicidad, laborando en empresas publicitarias.
- Imagen institucional y RR.PP.
- Marketing, estudios de opinión y mercadeo.
- Auditoría informativa y asesoría política.
- Diseño gráfico.
- Estudios de prensa comparada.
- Diseños de propaganda.

- Docencia Universitaria.
- Producción audiovisual.
- Gestión de empresas propias.
- Divulgación y alfabetización científica.
- Promoción de recursos humanos y desarrollo.
- Periodismo de Investigación.

*FIGURA 1: PROMEDIOS DE EXALUMNOS EN EL MERCADO LABORAL*



**FUENTE: ESCUELA COMUNICACIÓN UNP**

El Comercio, RPP, Radio Cutivalú, El Tiempo, Correo, Peru 21, La Hora, América TV, Panamericana TV, Sol TV, La República, La Industria de Trujillo, Radio Nacional, entre otros.



A nivel de ONGs hay que destacar la presencia de egresados y egresadas en Cipca, Centro Ideas, Plan Internacional y Prisma.

Entre las entidades del sector privado en las que destacan nuestros egresados figuran Vale do Rio, Minera Majaz, Caja Piura, Caja Municipal de Paita, Banco de Crédito, Interbank y Banco Azteca.

### **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación se fundamenta en los criterios de un enfoque cuantitativo de nivel de investigación descriptivo, de tipo no experimental básica.

- Este tipo de investigaciones descriptivas es aconsejable, de acuerdo con Hurtado, debido a que las descripciones del evento quedan obsoletas debido a cambios en el contexto, en la aparición de nuevos flujos de información o existencia de nuevas tecnologías que afecten al objeto de estudio de acuerdo a la finalidad de la investigación se considera que es descriptiva por el hecho de estar sujeta en un proceso de recolección de información donde se pretende con la misma dar respuesta a ¿Cuál es el consumo de redes sociales en los estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNP?.

### **3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Según el diseño empleado, la investigación es descriptiva y de corte transversal.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.3.1. POBLACIÓN**

Fidias G. Arias (2006) Señala:

“Población o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de los elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (Pág. 81).

La población que se tomara en cuenta para esta investigación son todos los estudiantes varones y mujeres de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social, siendo un grupo de 385 estudiantes; lo cual hace que la población sea finita. 381 estudiantes.

#### **3.3.2. MUESTRA**

Fidias G. Arias (2006) Señala: “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (Pág. 83).

La muestra que se tomara en esta investigación es la totalidad de estudiantes de la promoción 2018 de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad

Nacional de Piura. 44 estudiantes.

### 3.3.3. MUESTREO

El muestro que aplicaremos en nuestra investigación es no probabilístico con la técnica por conveniencia, que es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar.

### 3.4. VARIABLES (OPERACIONALIZACIÓN)

CUADRO 2: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

| Variable       | Definición<br>Conceptual  | Dimensión<br>Operacional | Sub<br>dimensión | Indicadores        | Instrumentos              |
|----------------|---|--------------------------|------------------|--------------------|---------------------------|
| Redes sociales | Las redes sociales se definen como estructuras en donde muchas personas mantienen diferentes tipos de relaciones amistosas, laborales, amorosas, entre otras. | Perfil estudiante        | Estudio          | Espacios Virtuales | Guía de entrevista        |
|                |   | Redes sociales           |                  | Facebook           |                           |
|                |   |                          | Entretenimiento  | Twitter            | Cuestionario estructurado |
|                |   | Uso de redes sociales    | Juego            | Google +           |                           |
|                |   |                          | Informativo      | WhatsApp           |                           |

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## **TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

La técnica que se utilizará será: Censo, y se empleará un cuestionario estructurado para los estudiantes del lugar objeto de estudio, con el propósito de recoger opiniones y arribar a determinados criterios de sistematización de las características fundamentales presentes en el objeto de investigación, que es lo que deberemos demostrar.

Para nuestra investigación hemos seleccionado el estudio realizado a nivel nacional, por el Concejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), investigación cuyo objetivo fue determinar las actitudes y los hábitos de los niños, niñas y adolescentes frente al uso de la televisión, radio, internet, redes sociales y plataformas digitales en el Perú en el año 2018.

La investigación señala que los medios con mayor frecuencia en los hogares son la Televisión (100%) y la Radio (81%). Otros medios como el Cable (71%), Internet (67%) o Celular (57%) están menos presentes. Cuando se consulta por el celular se refiere al equipo que es de NNA y que solamente es para su uso. En relación al uso de estos medios, luego de la Televisión (100%) se destaca el uso de Internet (97%).

Con respecto a las plataformas digitales y redes sociales, las más utilizadas son YouTube (90%) y Facebook (75%); en ambos casos un mayor uso corresponde a los adolescentes, Los NN utilizan más YouTube (82%) que Facebook (52%).

La investigación es de tipo cuantitativa, el tamaño de la muestra son 9500 estudiantes, el ámbito geográfico fue a nivel nacional, y el instrumento empleado cuestionario estructurado.

A continuación, mencionaré las preguntas del cuestionario estructurado que se emplearon en la investigación cuantitativa del Concejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), la cual nos servirá como guía en la elaboración de nuestra investigación.

**1. Señala al género al que perteneces**

a) Femenino

b) Masculino

**2. Entre qué rango está tu edad**

a) Menos de 14 años

b) 14 a 18 años

c) 19 a 24 años

d) 25 a 34 años

e) Más de 45 años

**3. Indica en que categoría se encuentra tu colegio donde terminaste tus estudios**

a) Privado/particular

b) Publico/estatal

c) Parroquial

d) Policial/FFAA

**4. Con qué frecuencia al día utilizas Internet**

a) Menos de una hora

d) de 3 a 5 horas

b) de 1 a 2 horas

e) más de 5 horas

c) de 2 a 3 horas

**5. En que horario utilizas con más frecuencia internet**

a) Día

b) Tarde

c) Noche

**6. De los siguientes dispositivos ¿Con cuál te conectas con mayor frecuencia a internet?**

- a) Teléfono celular
- b) Laptop
- c) Computadora de escritorio (Pc)
- d) Tablet
- e) Otros

**7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utilizas principalmente para informarte?**

- a) Periódico
- b) Televisión
- c) Revista
- d) Redes Sociales
- e) Radio
- f) Páginas Web
- g) Otro medio \_\_\_\_\_

**8. ¿Sabe usted que es una red social y para que se utiliza?**

- a) Si
- b) No
- c) No sabe/no opina

**9. ¿Participa usted en una o más redes sociales en la web?**

- a) Si
- b) No
- c) Otro (por favor especifique) \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuántas redes sociales utilizas para comunicarte con tus amigos?**

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- b) 4 a más
- e) No tengo redes sociales

Especifica \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuál es la red social que más utilizas en la actualidad?**

- a) Facebook
- b) WhatsApp
- c) Twitter
- d) Google +
- e) Youtube
- f) LinkedIn
- g) No tengo redes sociales
- h) Otra: \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuánto tiempo se conecta a sus redes sociales?**

- a) Todos los días
- b) Cada 2 días
- c) Semanalmente
- d) Mensualmente
- e) No tengo redes sociales

**13. ¿Cuántas horas se conecta a sus redes sociales?**

- a) Menos de una hora
- b) de 1 a 2 horas
- c) de 2 a 3 horas
- d) de 3 a 5 horas
- e) más de 5 horas

**14. ¿Qué áreas de su vida son las que más se ven afectadas positivamente cuando utilizas las redes sociales menos de 2 horas?**

- a) Amistad y familia
- b) Trabajo
- c) Estudios
- d) Ninguna

**15. ¿Qué áreas de su vida son las que más se ven afectadas negativamente cuando utilizas las redes sociales más de 2 horas?**

- a) Amistad y familia
- b) Trabajo
- c) Estudios
- d) Ninguna

**16. Razones del uso de YouTube o televisión por internet**

- a) Te perdiste algún capítulo del programa que te gusta
- b) Puedes ver los programas en el momento que quieras
- c) No te dejan ver los programas de esta forma los puedes ver
- d) Puedes ver los programas en el lugar que quieras
- e) Veo videos musicales

**17. De la siguiente lista, escoge tres cosas que haces cuando estas conectado a internet**

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Buscar información para mis tareas |  |
| Uso YouTube                        |  |
| Descargar música, fotos, videos    |  |
| Chatear o usa WhatsApp             |  |
| Jugar en internet o red            |  |
| Uso mi Facebook                    |  |
| Enviar o recibir E-MAILS/CORREOS   |  |
| Ver videos en línea                |  |
| Ver Tv por internet                |  |
| Escuchar radio por internet        |  |
| Otras actividades                  |  |

**18. Asigna un valor donde 0 es nada frecuente y 5 es muy frecuente, ¿qué tanto empleas las siguientes redes sociales?**

0                      1                      2                      3                      4                      5

Facebook

Twitter

Instagram

WhattsApp

Youtube

Google +

Snapchat



**19. De los siguientes medios de comunicación asigna valores de menor a mayor donde 0 es nada y 5 es mucho, ¿qué tanto confías en la información que difunden?**

|                | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------|---|---|---|---|---|---|
| Periódicos     |   |   |   |   |   |   |
| Revistas       |   |   |   |   |   |   |
| Radio          |   |   |   |   |   |   |
| Televisión     |   |   |   |   |   |   |
| Internet       |   |   |   |   |   |   |
| Redes Sociales |   |   |   |   |   |   |

**20. ¿Cuál consideras que es la principal función de Facebook?**

- a) Entretener
- b) Encontrarse con amigos
- c) Opinar/ comentar
- d) Compartir información
- e) Buscar información
- f) No tengo Facebook

**21. ¿Tu perfil en Facebook, está abierto al público o solo para tus amigos?**

- a) Está abierto solo para amigos
- b) Está abierto al público
- c) No se/no me acuerdo

**21. ¿Con qué frecuencia compartes noticias en tu perfil de Facebook?**

- a) Muy frecuentemente
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente
- d) Raramente
- e) No tengo Facebook

**22. ¿Con qué amigos te relacionas en Facebook? (escoge de 1 a 2 respuestas)**

- a) Son amigos de mi barrio o entorno familiar
- b) Son mis amigos del colegio, Instituto y/o Universidad
- c) Son mis amigos que hice en Facebook
- d) No se/no me acuerdo

**23. ¿De qué edad son los amigos con los que te relacionas en Facebook?**

- a) de 17 años a menos
- b) de 18 años a más
- c) No se/no me acuerdo

**24. Habitualmente cuando ves noticias que circulan en las redes sociales, ¿Qué es lo que haces?**

- a) Lees sólo el encabezado de la noticia, la fotografía o video
- b) Lees el encabezado y el párrafo que aparece en Facebook y/o redes sociales
- c) Lees encabezado, párrafo visible y todo el contenido
- d) Lees todo el contenido y además verificas la información en otros medios

**25. Las noticias que consumes en redes sociales ¿suelen ser temas de conversación en tus círculos sociales?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Algunas veces
- d) Muy pocas veces
- e) Nunca

**26. ¿Cuál tema noticioso comportas con mayor frecuencia en tus redes sociales?**

**(escoge entre 3 y 4 respuestas)**

- |             |                |               |                         |
|-------------|----------------|---------------|-------------------------|
| a) Política | b) Seguridad   | c) Educación  | d) Economía             |
| e) Arte     | f) Espectáculo | g) Ciencia    | h) Moda                 |
| i) Deportes | j) Cultura     | k) Tecnología | m) salud                |
| n) Empleo   | o) Cine        | p) Música     | k) No comparto noticias |

**27. ¿Cuál es la principal fuente de la información que consultas en tus redes sociales?**

b) Enlaces a páginas web

b) Enlaces a páginas de periódicos

c) Publicaciones de amigos

d) Enlaces a páginas de televisión y/o radios

e) Influencers

f) Otra

**28. La información que consumes en redes sociales ¿con qué frecuencia la verificas en otros medios de comunicación?**

a) Siempre

b) Casi siempre

c) Algunas veces

d) Muy pocas veces

e) Nunca

**29. Desde tu experiencia, ¿qué tanta credibilidad tienen las noticias que circulan en las redes sociales?**

a) Muy creíble

b) Creíble

c) Algo creíble

d) Poco creíble

e) Nada creíble

**30. De tus amigos en Facebook, ¿te has dado cuenta que alguno a compartido noticias falsas?**

a) Si

b) No

c) No sé

**31. ¿Crees que la publicación de noticias falsas en las redes sociales repercute en tu vida diaria?**

a) Muy frecuentemente

b) Frecuentemente

c) Ocasionalmente

d) Raramente

e) Nunca

**32. ¿Consideras que las noticias falsas que circulan en las redes sociales deben de ser reguladas?**

- [illegible]

**33. ¿Si usted se encuentra en su trabajo o estudiando y recibe un mensaje de su red social favorita, que acción realiza?**

- a) Reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo
- b) Doy prioridad a mi trabajo o estudio
- c) No sabe/no opina

**34. ¿Si usted se encuentra en un evento social familiar y recibe un mensaje de su red social favorita, que acción realiza?**

- a) Reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo
- b) Doy prioridad al evento social y/o familiar
- c) No sabe/no opina

**35. ¿Has tenido alguna relación sentimental (más que amigos/as) con alguien de internet**

- [illegible]

**36. ¿Necesitas el apoyo de una red social para recordar eventos importantes?**

- a) Siempre                      b) Muy seguido                      c) Casi nunca
- d) Nunca                      e) No sabe/no opina

**37. ¿Mientras navegas en redes sociales que otra actividad realizas?**

- a) Tareas                      b) Hablar por teléfono                      c) Estudiar
- d) Otra actividad

**38. ¿Cómo suele ser tu comportamiento en las redes sociales?**

- a) Suelo publicar y comentar más que los demás
- b) Suelo ver más lo que publican los otros y en ocasiones comento algo
- c) Suelo sólo ver lo que los demás publican
- d) No estoy en redes sociales

**39. ¿Consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?**

- a) Sí, influyen mucho
- b) Sí, influyen algo
- c) Sí, influyen pero algo
- d) No influyen

**40. ¿En general como evalúas a las redes sociales?**

- a) Son una excelente herramienta en todos los sentidos
- b) son muy buena herramienta, pero cuando se utilizan para ciertas cosas
- c) Creo que tienen más riesgos que aspectos positivos
- d) Me parece que no traen nada bueno

**41. ¿Has tenido problemas en tu vida en donde hayan influido las redes sociales?**

- a) Sí, he tenido problemas graves
- b) Sí, los he tenido aunque nada graves
- c) No he tenido ningún problema

**42. ¿Es más fácil para ti comunicarte a través de redes sociales que en persona?**

- a) Sí, me es mucho más fácil
- b) Sí, aunque tampoco me cuesta trabajo hacerlo en persona
- c) Para mi es igual
- d) No, prefiero comunicarme en persona

**43. ¿Cuál crees que sea la principal ventaja de utilizar redes sociales?**

- a) Te enteras lo que hacen tus amigos y conocidos
- b) Te enteras más rápido y fácil de las cosas que pasan en el mundo
- c) Te permiten comunicarte con la gente que está lejos
- d) Te ayudan mucho en cuestiones de trabajo y negocio
- e) No tiene ninguna ventaja

**44. ¿Cuál de estos problemas que es el más grave cuando estoy conectado a las redes sociales?**

- a) Pérdida de la intimidad
- b) Adicción
- c) Robos de identidad
- d) Accidentes por ir distraído
- e) Estafas online
- f) Otro \_\_\_\_\_

### 3.5. MÉTODO Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

| Método | Instrumento               |
|--------|---------------------------|
| Censo  | Cuestionario estructurado |

Realizaremos el análisis estadístico correspondiente para cada una de los instrumentos aplicados.

Para analizar los datos seguiremos los siguientes pasos:

- **Seriación:** se ordenan los instrumentos de recolección de datos.
- **Codificación:** Se codifican de acuerdo al objeto de estudio. Se otorga un número a cada uno de los instrumentos.
- **Tabulación.** Después de aplicar los instrumentos y recabar los datos, se procederá a realizar la tabulación, empleando la escala numeral. Se tabulará cada uno de los instrumentos aplicados por separados.
- **Elaboración de cuadros o tablas** por cada uno de los instrumentos.
- **Los cuadros o tablas** elaboradas nos permiten realizar un análisis de los datos recogidos y así poder conocer los objetivos de estudio planteado.

## CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

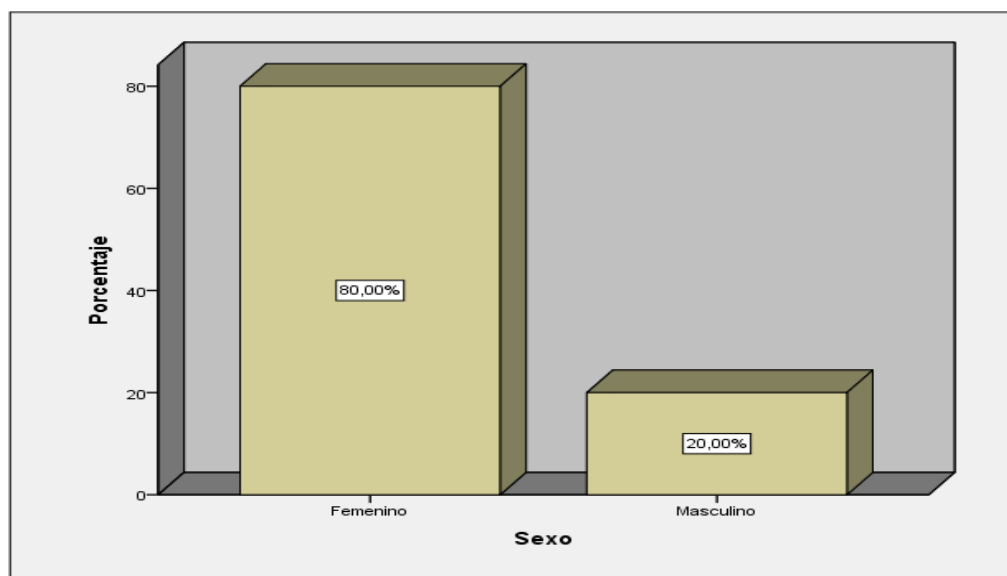
### 4.1. PRESENTACIÓN DE TABLAS Y FIGURAS ESTADÍSTICAS

CUADRO 3: GENERO AL QUE PERTENECES

|           | N° | %     |
|-----------|----|-------|
| Femenino  | 24 | 80.0  |
| Masculino | 6  | 20.0  |
| Total     | 30 | 100.0 |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 2: GENERO AL QUE PERTENECES



Fuente: Elaboración de los Investigadores

Como podemos observar en el Cuadro N°03 y Figura N°02, la cantidad de encuestados son 30 estudiantes, 24 son mujeres que equivalen al 80% de la muestra, mientras que 06 son varones 20% que equivalen al 20%

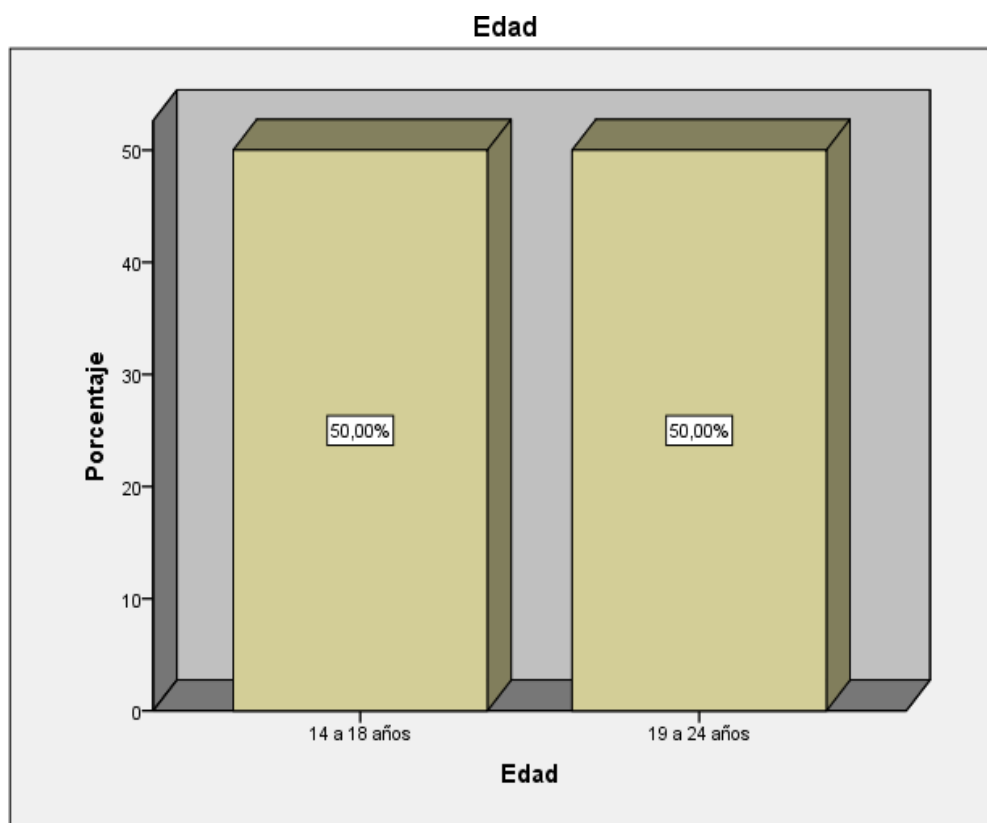


CUADRO 4: ENTRE QUE RANGO ESTA TU EDAD

|              | N° | %      |
|--------------|----|--------|
| 14 a 18 años | 15 | 50.0%  |
| 19 a 24 años | 15 | 50.0%  |
| Total        | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 3: ENTRE QUE RANGO ESTA TU EDAD



Fuente: Elaboración de los Investigadores

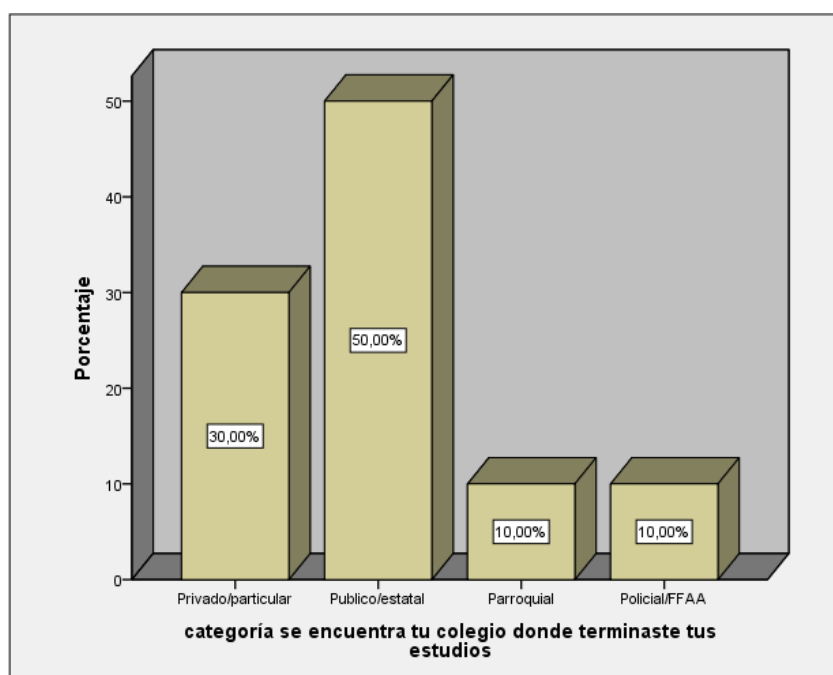
Como podemos observar en el Cuadro N°04 y Figura N°03, la cantidad de encuestados son 30 estudiantes, 15 estudiantes oscilan entre las edades 14 a 18 años, equivalentes al 50%, y el otro grupo de 15 estudiantes oscilan entre los 19 a 24, equivalentes al restante 50%.

CUADRO 5: EN QUE CATEGORIA SE ENCUENTRA TU COLEGIO EN DONDE TERMINASTE TUS ESTUDIOS?

|                    | N° | %  |
|--------------------|----|----|
| Privado/particular | 9  | 30 |
| Publico/estatal    | 15 | 50 |
| Parroquial         | 3  | 10 |
| Policia/FFAA       | 3  | 10 |
| Total              | 30 | 10 |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 4: EN QUE CATEGORIA SE ENCUENTRA TU COLEGIO EN DONDE TERMINASTE TUS ESTUDIOS



Fuente: Elaboración de los Investigadores

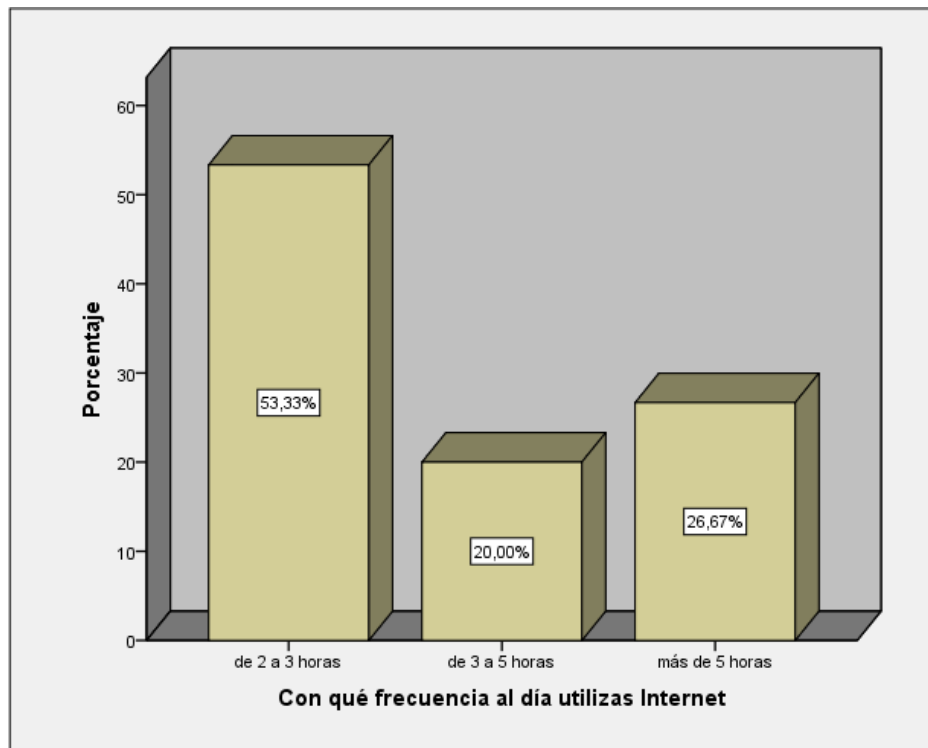
Como podemos observar en el Cuadro N°05 y Figura N°04, en respuesta a la pregunta ¿En qué categoría se encuentra tu colegio donde terminaste tus estudios?, existe un 50% que expresó que sus estudios los terminó en un colegio Público/estatal, Un 30% mencionó que termino en un colegio Privado/particular, y una minoría con un 10% cada uno señaló que terminó sus estudios en un colegio Parroquial o Policial.

CUADRO 6: CON QUE FRECUENCIA AL DÍA UTILIZAS INTERNET

|                | N° | %     |
|----------------|----|-------|
| de 2 a 3 horas | 16 | 53.3  |
| de 3 a 5 horas | 6  | 20.0  |
| más de 5 horas | 8  | 26.7  |
| Total          | 30 | 100.0 |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 5: CON QUE FRECUENCIA AL DÍA UTILIZAS INTERNET



Fuente: Elaboración de los Investigadores

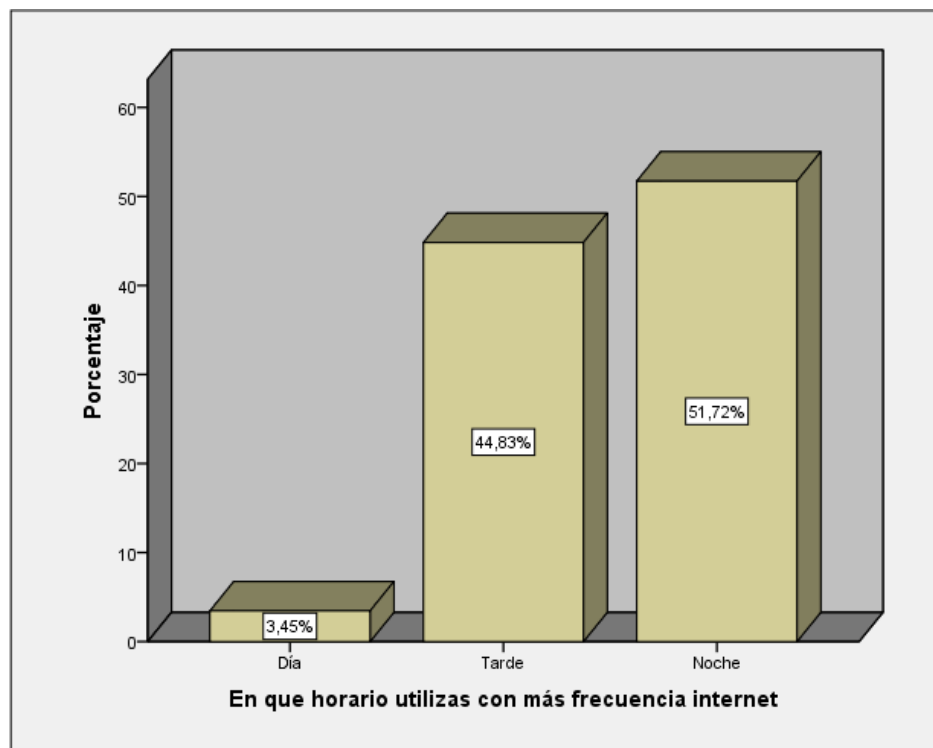
Como podemos observar en el Cuadro N°06 y Figura N°05, en respuesta a la pregunta ¿Con qué frecuencia al día utilizas internet? existe una mayoría del 53.33% que expresó que lo utiliza de 2 a 3 horas, mientras que un 26,7% señaló que utiliza internet por más de 5 horas, finalmente una minoría del 20% acotó que lo utiliza de 3 a 5 horas.

*CUADRO 7: EN QUE HORARIO UTILIZAS CON MAS FRECUENCIA INTERNET*

|                | N°        | %            |
|----------------|-----------|--------------|
| <b>Día</b>     | 1         | <b>3.3</b>   |
| <b>Tarde</b>   | 13        | <b>43.3</b>  |
| <b>Noche</b>   | 15        | <b>50.0</b>  |
| <b>Total</b>   | 29        | <b>96.7</b>  |
| <b>Sistema</b> | 1         | <b>3.3</b>   |
| <b>Total</b>   | <b>30</b> | <b>100.0</b> |

**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

*FIGURA 6: EN QUE HORARIO UTILIZAS CON MAS FRECUENCIA INTERNET*



**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

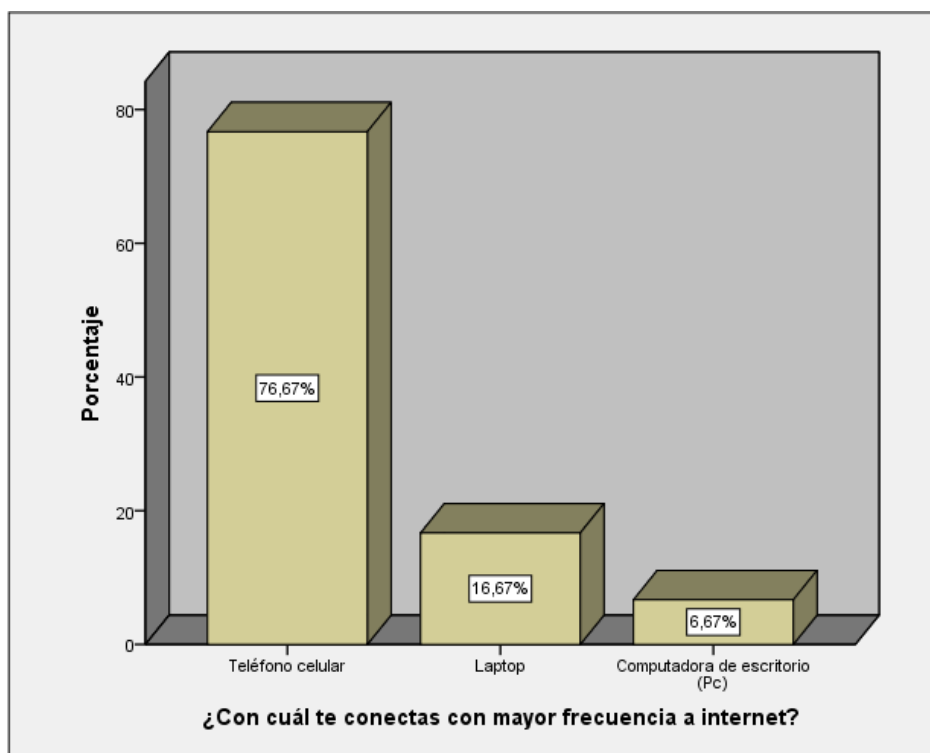
Como podemos observar en el Cuadro N°07 y Figura N°06, en respuesta a la pregunta ¿En qué horario utilizas con más frecuencia internet? existe un 50% que expresó que lo utiliza de noche, esto equivale a 15 estudiantes, mientras que un 43,3% expresó que lo utiliza de tarde, esto equivale a 13 estudiantes.

*CUADRO 8: DE LOS SIGUIENTES DISPOSITIVOS CON CUAL TE CONECTAS CON MAYOR FRECUENCIA A INTERNET*

|                                       |           |               |
|---------------------------------------|-----------|---------------|
| <b>Teléfono celular</b>               | <b>23</b> | <b>76.7%</b>  |
| <b>Laptop</b>                         | <b>5</b>  | <b>16.7%</b>  |
| <b>Computadora de escritorio (Pc)</b> | <b>2</b>  | <b>6.7%</b>   |
| <b>Total</b>                          | <b>30</b> | <b>100.0%</b> |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 7: DE LOS SIGUIENTES DISPOSITIVOS CON CUAL TE CONECTAS CON MAYOR FRECUENCIA A INTERNET*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

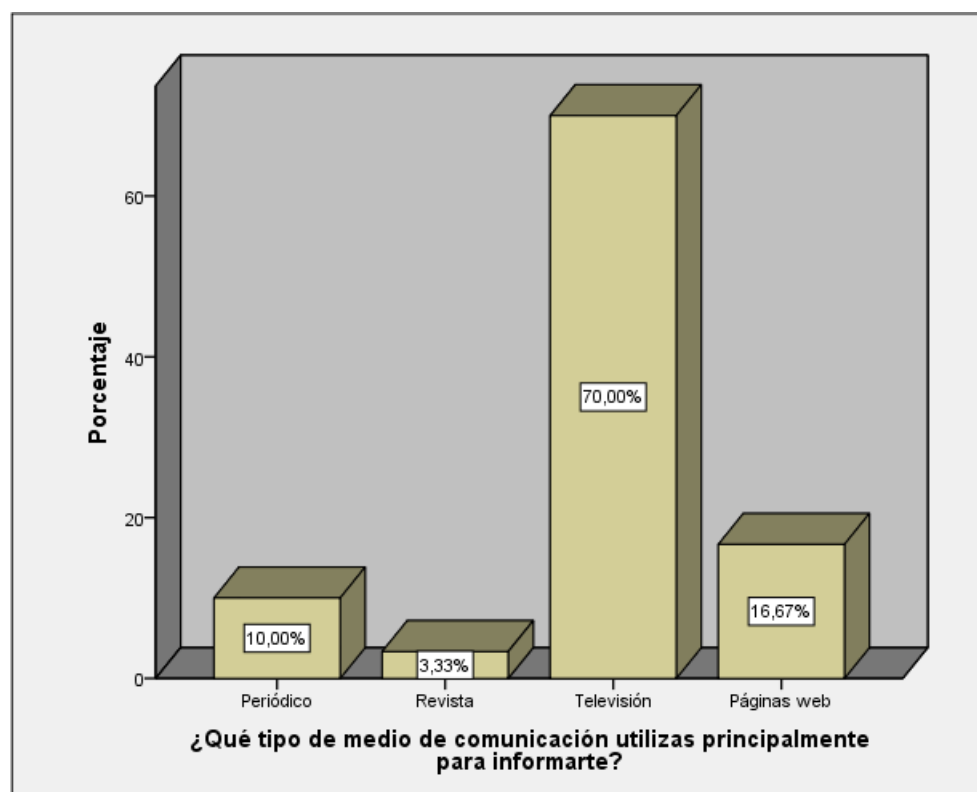
Como podemos observar en el Cuadro N°08 y Figura N°07, en respuesta a la pregunta, de los siguientes dispositivos ¿Con cuál te conectas con mayor frecuencia a internet? existe un 76,7% que expresó que se conecta desde un teléfono celular, mientras que un 16,67% se conecta desde una Laptop, finalmente, un 6,67% lo hace desde una computadora de escritorio.

**CUADRO 9: QUE TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZAS PRINCIPALMENTE PARA INFORMARTE**

|             | N° | %    |
|-------------|----|------|
| Periódico   | 3  | 10.0 |
| Revista     | 1  | 3.3  |
| Televisión  | 21 | 70.0 |
| Páginas web | 5  | 16.7 |
| Total       | 30 | 100  |

**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

**FIGURA 8: QUE TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZAS PRINCIPALMENTE PARA INFORMARTE**



**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

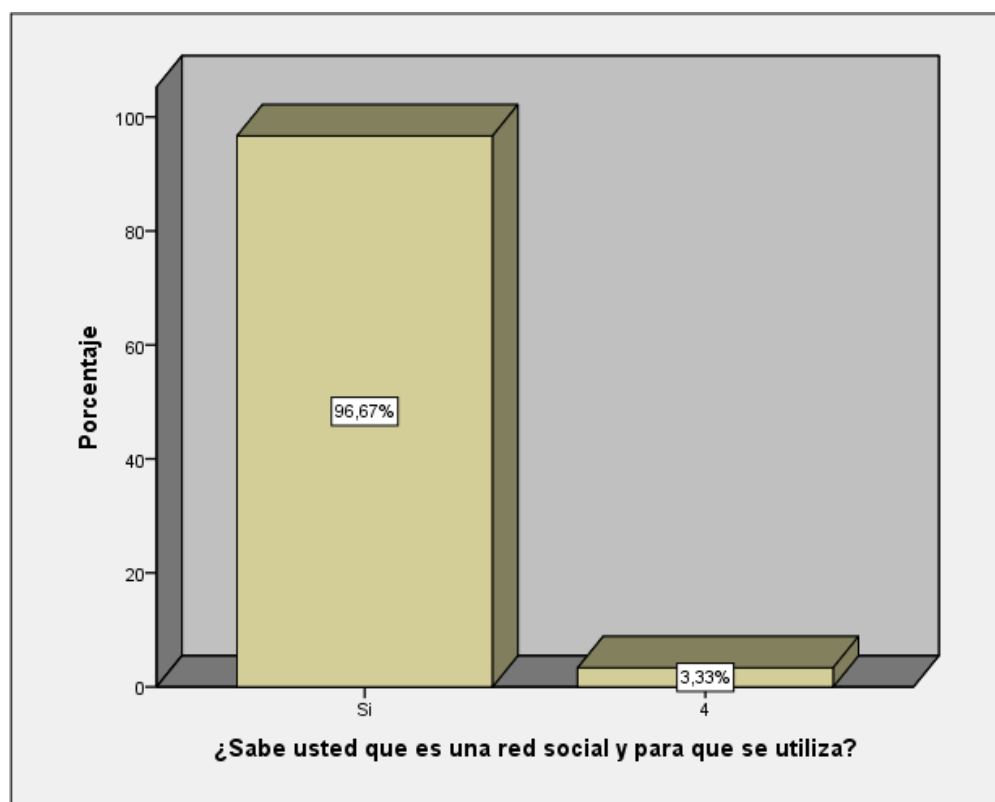
Como podemos observar en el Cuadro N°09 y Figura N°08, en respuesta a la pregunta ¿Qué tipo de medio de comunicación utilizas principalmente para informarte? existe un 70% que expresó que utiliza la televisión para informarse, mientras que un 16,67% utiliza las páginas web, y, un 10% utiliza periódicos. Finalmente, una minoría del 3,3%, expresó que utiliza revistas para informarse.

CUADRO 10: SABES USTED QUE ES UNA RED SOCIAL Y PARA QUE SE UTILIZA

|       | N° | %      |   |
|-------|----|--------|---|
| Si    | 29 | 96.7%  |   |
| NO    | 1  | 3.3%   |   |
| Total | 30 | 100.0% | = |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 9: SABES USTED QUE ES UNA RED SOCIAL Y PARA QUE SE UTILIZA



Fuente: Elaboración de los Investigadores

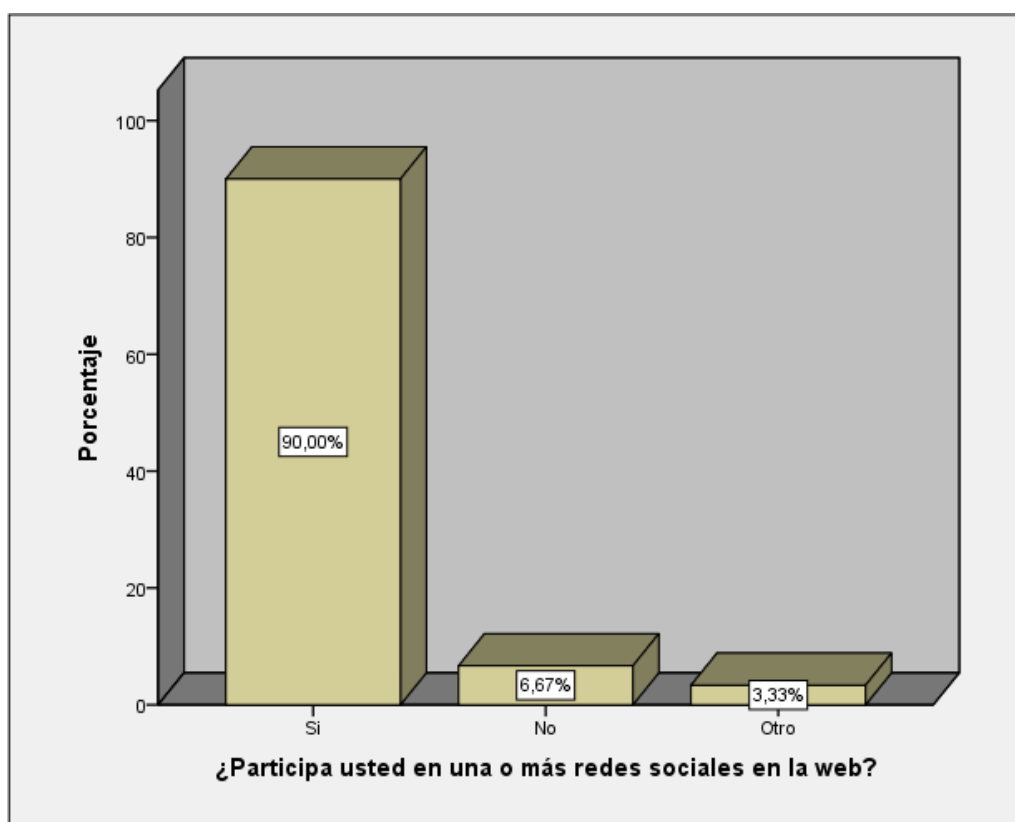
Como podemos observar en el Cuadro N°10 y Figura N°09, en respuesta a la pregunta ¿Sabe usted que es una red social y para que se utiliza? existe un 96.67% que expresó que si sabe lo que es una red social, mientras que una minoría del 3,33% expresó que no

CUADRO 11: PARTICIPA USTED EN UNA O MÁS REDES SOCIALES

|       | N° | %      |
|-------|----|--------|
| Si    | 27 | 90.0%  |
| No    | 2  | 6.7%   |
| Otro  | 1  | 3.3%   |
| Total | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 10: PARTICIPA USTED EN UNA O MÁS REDES SOCIALES:



Fuente: Elaboración de los Investigadores

Como podemos observar en el Cuadro N°11 y Figura N°10, en respuesta a la pregunta ¿Participa usted en una o más redes sociales en la web?, un 90% expresó si, mientras que una minoría del 6,67% expresó no.

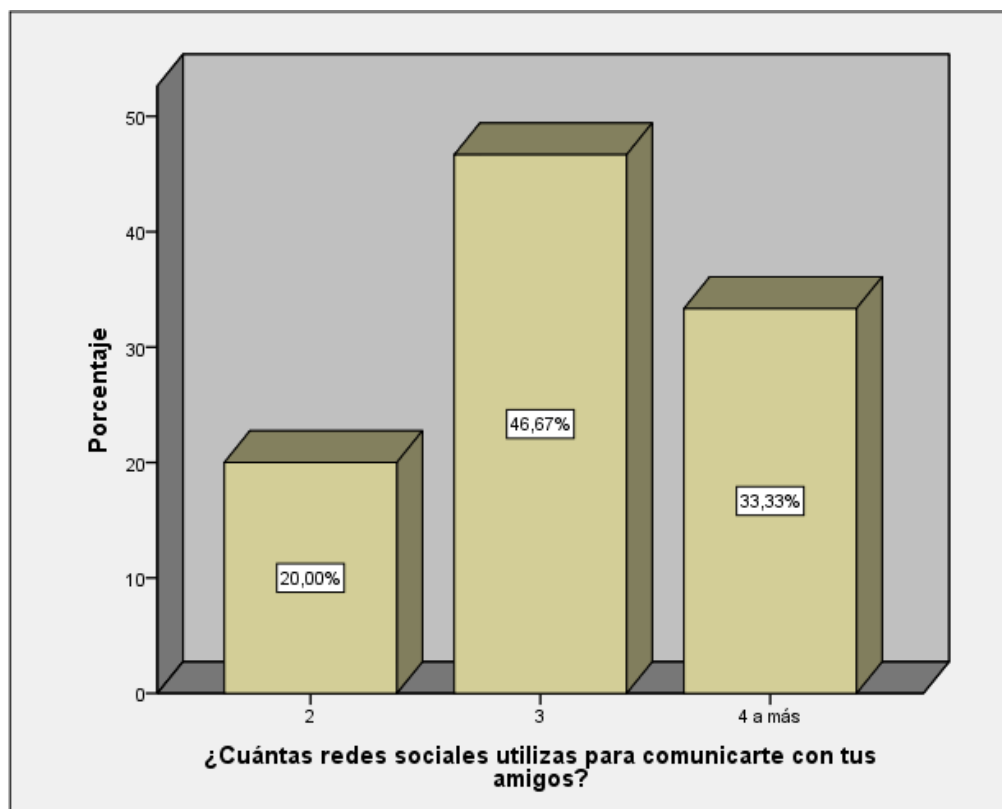


CUADRO 12: CUÁNTAS REDES SOCIALES UTILIZAS PARA COMUNICARTE CON TUS AMIGOS

|         | N° | %      |
|---------|----|--------|
| 2       | 6  | 20.0%  |
| 3       | 14 | 46.7%  |
| 4 a más | 10 | 33.3%  |
| Total   | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 11: CUÁNTAS REDES SOCIALES UTILIZAS PARA COMUNICARTE CON TUS AMIGOS



Fuente: Elaboración de los Investigadores

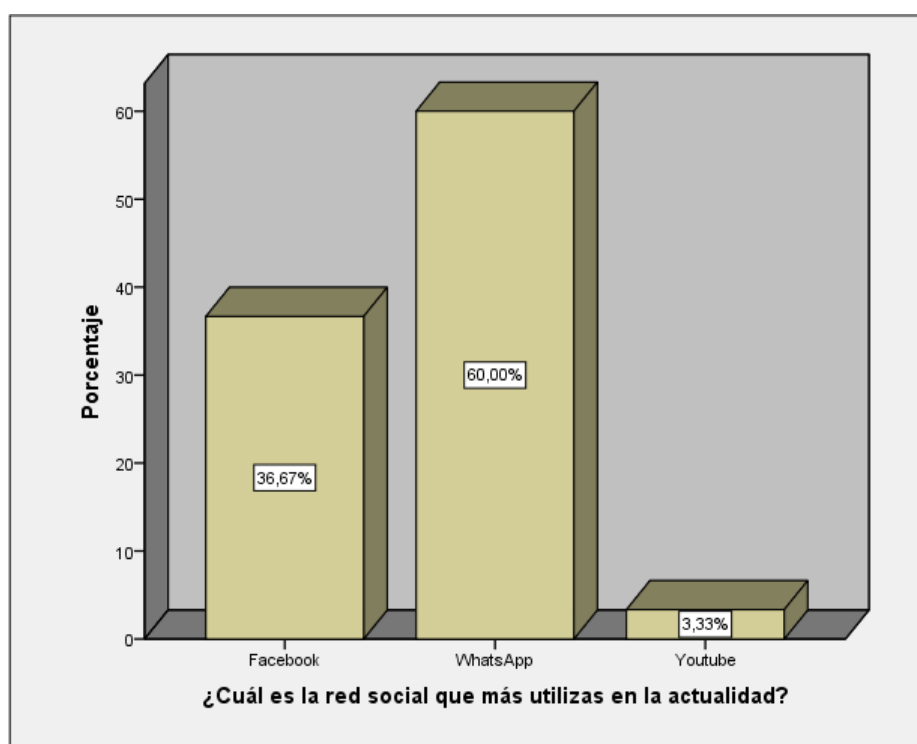
Como podemos observar en el Cuadro N°12 y Figura N°11, en respuesta a la pregunta ¿Cuántas redes sociales utilizas para comunicarte con tus amigos?, un 46.67% expresó que utiliza 3 redes sociales para comunicarse con sus amigos, mientras que 33,33% utiliza más de 4 redes sociales, finalmente, un 20% señala que utiliza 2 redes sociales.

CUADRO 13: CUÁL ES LA RED SOCIAL QUE MÁS UTILIZAS EN LA ACTUALIDAD

|          | N  | %      |
|----------|----|--------|
| Facebook | 11 | 36.7%  |
| WhatsApp | 18 | 60.0%  |
| Youtube  | 1  | 3.3%   |
| Total    | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 12: CUÁL ES LA RED SOCIAL QUE MÁS UTILIZAS EN LA ACTUALIDAD



Fuente: Elaboración de los Investigadores

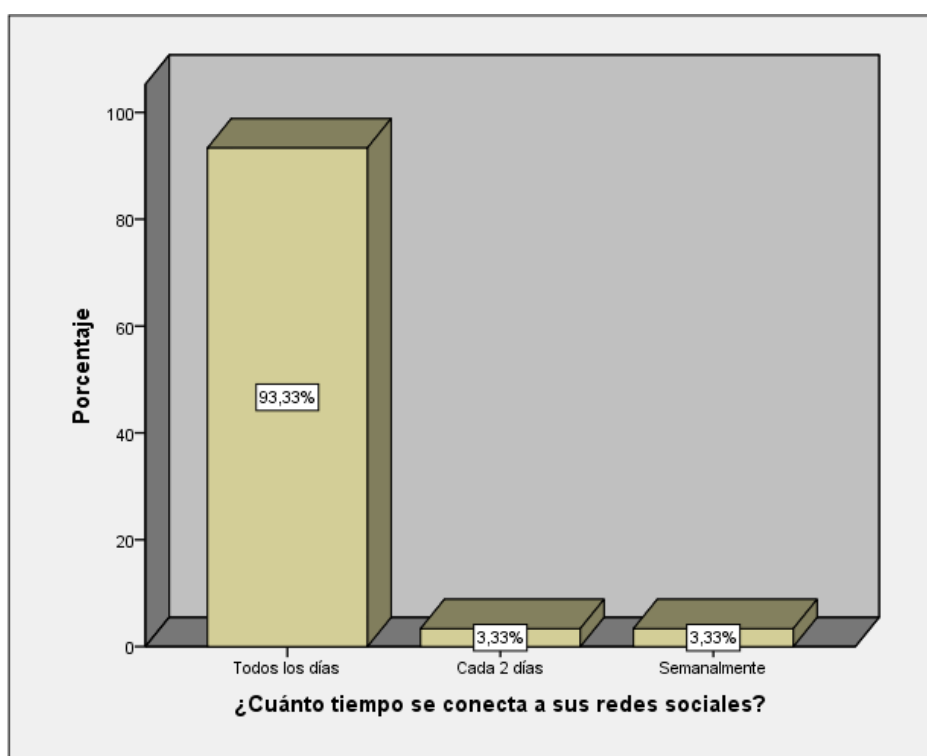
Como podemos observar en el Cuadro N°13 y Figura N°12, en respuesta a la pregunta ¿Cuál es la red social que más utiliza en la actualidad?, un 60.00% expresó (WhatsApp), mientras que un 36,7% utiliza Facebook, finalmente, una minoría del 3.33% (Youtube).

CUADRO 14: CUÁNTO TIEMPO SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES

|                | N° | %      |
|----------------|----|--------|
| Todos los días | 28 | 93.3%  |
| Cada 2 días    | 1  | 3.3%   |
| Semanalmente   | 1  | 3.3%   |
| Total          | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 13: CUÁNTO TIEMPO SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES



Fuente: Elaboración de los Investigadores

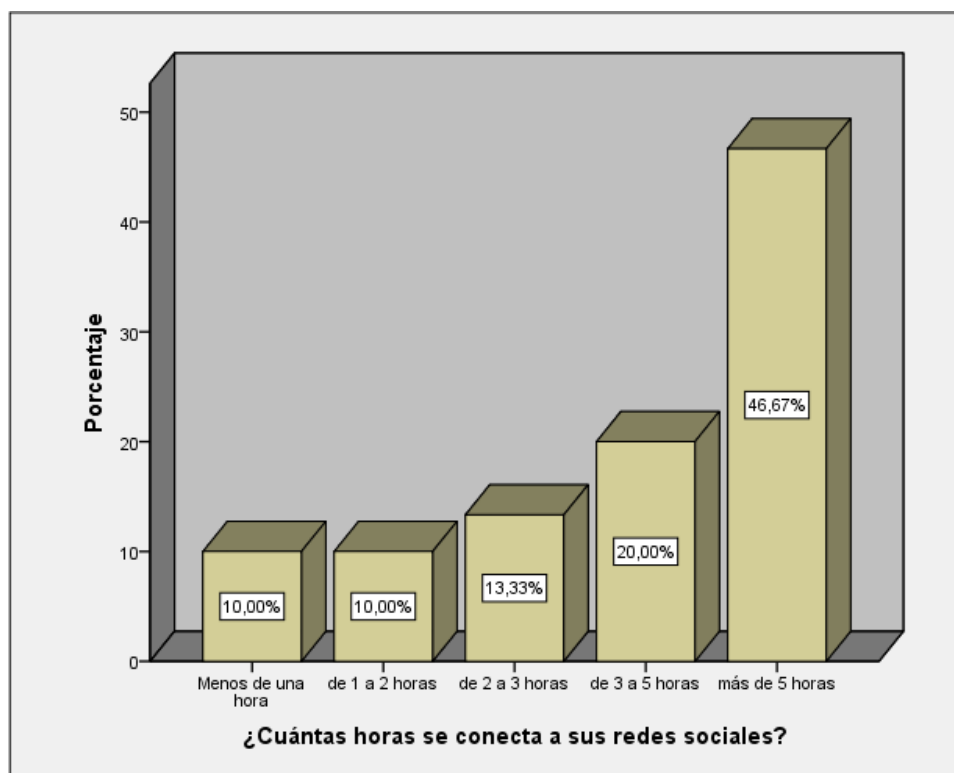
Como podemos observar en el Cuadro N°14 y Figura N°13, en respuesta a la pregunta ¿Cuánto tiempo se conecta a las redes sociales?, un 93.33% expresó (Todos los días), mientras que un 3.33% lo hace (cada 2 días), finalmente, el restante 3.33% lo hace (Semanalmente).

CUADRO 15: CUÁNTAS HORAS SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES

|                   | N° | %    |
|-------------------|----|------|
| Menos de una hora | 3  | 10.0 |
| de 1 a 2 horas    | 3  | 10.0 |
| de 2 a 3 horas    | 4  | 13.3 |
| de 3 a 5 horas    | 6  | 20.0 |
| más de 5 horas    | 14 | 46.7 |
| Total             | 30 | 100  |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 14: CUÁNTAS HORAS SE CONECTA A SUS REDES SOCIALES



Fuente: Elaboración de los Investigadores

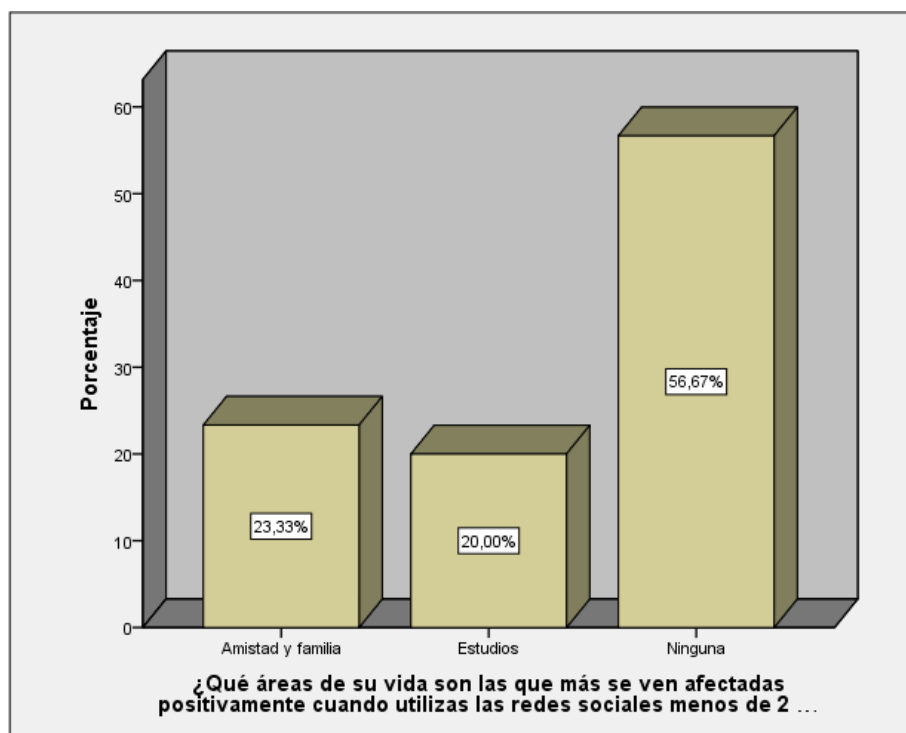
Como podemos observar en el Cuadro N°15 y Figura N°14, en respuesta a la pregunta ¿Cuántas horas se conecta a sus redes sociales?, un 46.67% expresó que se conecta (más de 5 horas), mientras que un 20% se conecta (de 3 a 5 horas), un 13,33% (de 2 a 3 horas), y finalmente, una minoría de 10% se conecta (de 1 a 2 horas) y el otro 10% (Menos de una Hora).

**CUADRO 16: QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MENOS DE 2 HORAS**

|                   | N<br>°   | %           |
|-------------------|----------|-------------|
| Amistad y familia | 7        | 23.3        |
| Estudios          | 6        | 20.0        |
| Ninguna           | 17       | 56.7        |
| <b>Total</b>      | <b>3</b> | <b>100.</b> |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 15: QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MENOS DE 2 HORAS**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

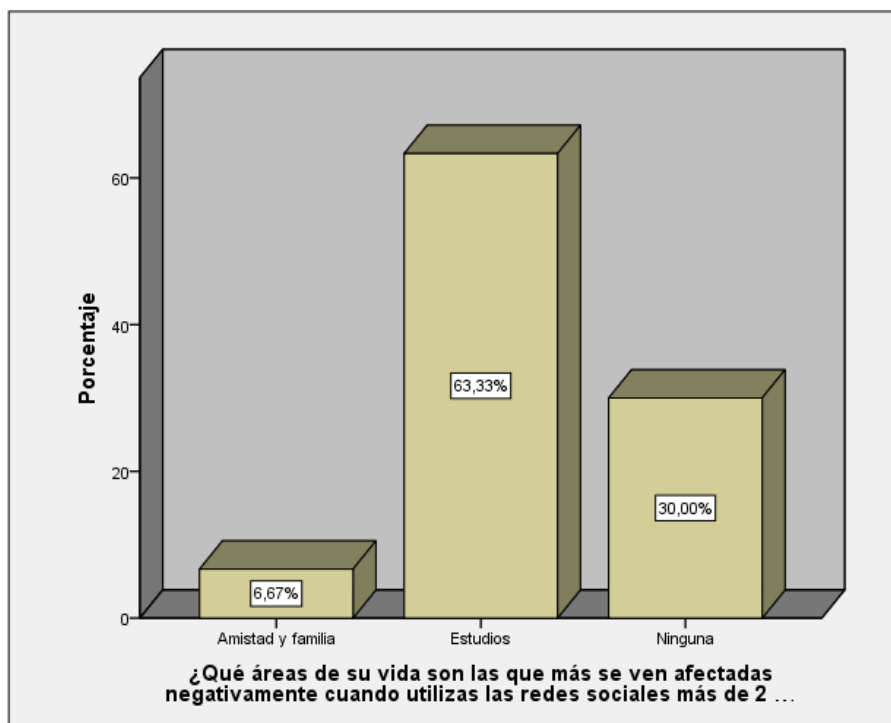
Como podemos observar en el Cuadro N°16 y Figura N°15, en respuesta a la pregunta ¿Qué áreas de tu vida son las que más se ven afectadas positivamente cuando utilizas las redes sociales menos de 2 horas?, un 56.7% expresó (Ninguna), mientras que un 23,33% señaló (amistad y familia), finalmente, y una minoría del 20.00% señaló (Estudios).

*CUADRO 17: QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MÁS DE 2 HORAS*

|                   | N° | %      |
|-------------------|----|--------|
| Amistad y familia | 2  | 6.7%   |
| Estudios          | 19 | 63.3%  |
| Ninguna           | 9  | 30.0%  |
| Total             | 30 | 100.0% |

**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

*FIGURA 16: QUÉ ÁREAS DE SU VIDA SON LAS QUE MÁS SE VEN AFECTADAS POSITIVAMENTE CUANDO UTILIZAS LAS REDES SOCIALES MÁS DE 2 HORAS*



**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

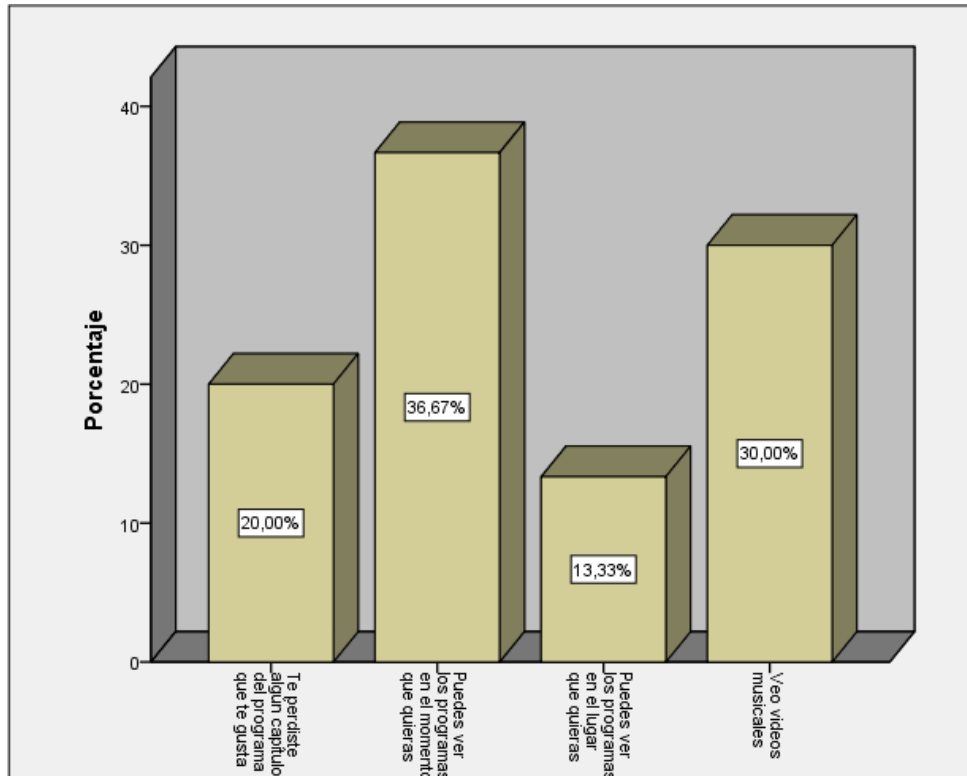
Como podemos observar en el Cuadro N°17 y Figura N°16, en respuesta a la pregunta ¿Qué áreas de tu vida son las que más se ven afectadas Negativamente cuando utilizas las redes sociales más de 2 horas?, un 63.3% expresó (estudios), mientras que un 30% expresó (ninguna), finalmente, una minoría de 6.7% acotó (Amistades y Familias).

CUADRO 18: RAZONES DEL USO DE YOUTUBE O TELEVISIÓN POR INTERNET

|  | N° | %    |
|--|----|------|
| Te perdiste algún capítulo del programa que te gusta | 6  | 20.0 |
| Puedes ver los programas en el momento que quieras   | 11 | 36.7 |
| Puedes ver los programas en el lugar que quieras     | 4  | 13.3 |
| Veo videos musicales                                 | 9  | 30.0 |
| Total  | 30 | 100. |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 17: RAZONES DEL USO DE YOUTUBE O TELEVISIÓN POR INTERNET



Fuente: Elaboración de los Investigadores

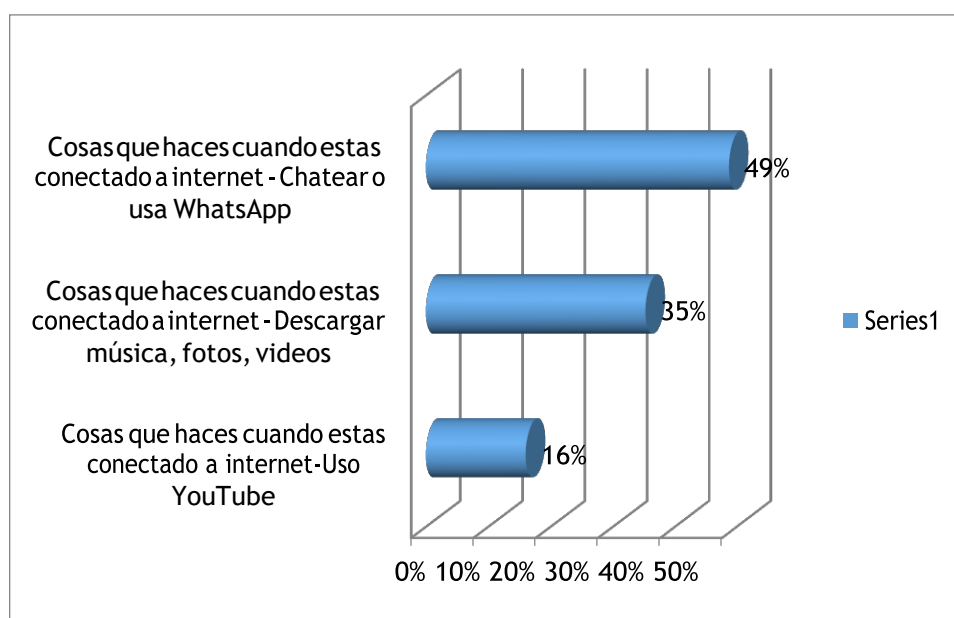
Como podemos observar en el Cuadro N°18 y Figura N°17, en respuesta a la pregunta, ¿Razones del uso de Youtube o televisión por internet?, un 36.7% expresó (puedes ver los programas en cualquier momento que quieras), mientras que un 30% señaló que lo utilizan para ver videos musicales, un 20% para ver algún capítulo de su programa favorito, finalmente, una minoría de 13.3% (puedes ver los programas en el lugar que quieras).

**CUADRO 19: DE LA SIGUIENTE LISTA, ¿ESCOGE TRES COSAS QUE HACES CUÁNDO ESTAS CONECTADO A INTERNET?**

|  | Media | %    |
|--|-------|------|
| Cosas que haces cuando estas conectado a internet-<br>Uso YouTube                      | 1.50  | 0.2  |
| Cosas que haces cuando estas conectado a internet - Descargar<br>música, fotos, videos | 3.30  | 0.4  |
| Cosas que haces cuando estas conectado a internet - Chatear o<br>usa WhatsApp          | 4.57  | 0.49 |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 18: DE LA SIGUIENTE LISTA, ¿ESCOGE TRES COSAS QUE HACES CUÁNDO ESTAS CONECTADO A INTERNET?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

Como podemos observar en el Cuadro N°19 y Figura N°18, en respuesta a la pregunta, de la siguiente lista, ¿escoge tres cosas que haces cuando estas conectado a internet?, un 49% mencionó que prefiere chatear y usar WhatsApp, mientras que un 35% prefiere descargar música, fotos, videos, finalmente, un 16% prefiere estar conectado a la red social Youtube.

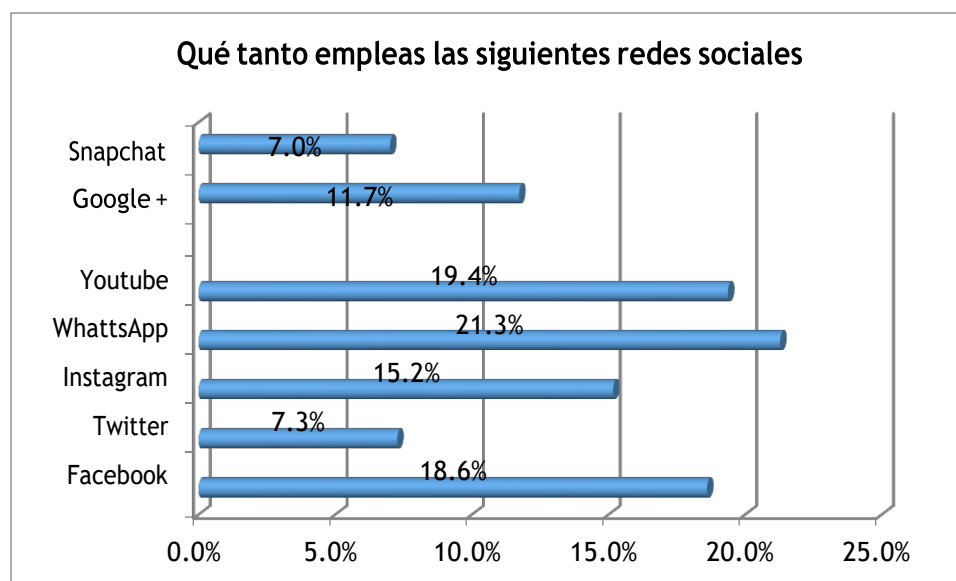


**CUADRO 20: ASIGNA UN VALOR DONDE 0 ES NADA FRECUENTE Y 5 MUY FRECUENTE ¿QUÉ TANTO EMPLEAS LAS SIGUIENTES REDES SOCIALES?**

|           | Media | %       |
|-----------|-------|---------|
| Facebook  | 4.87  | 18.6%   |
| Twitter   | 1.90  | 7.3%    |
| Instagram | 3.97  | 15.2%   |
| WhattsApp | 5.57  | 21.3%   |
| Youtube   | 5.07  | 19.4%   |
| Google +  | 3.07  | 11.7%   |
| Snapchat  | 1.73  | 7.0%    |
| Total     |       | 100.00% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 19: ASIGNA UN VALOR DONDE 0 ES NADA FRECUENTE Y 5 MUY FRECUENTE ¿QUÉ TANTO EMPLEAS LAS SIGUIENTES REDES SOCIALES?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

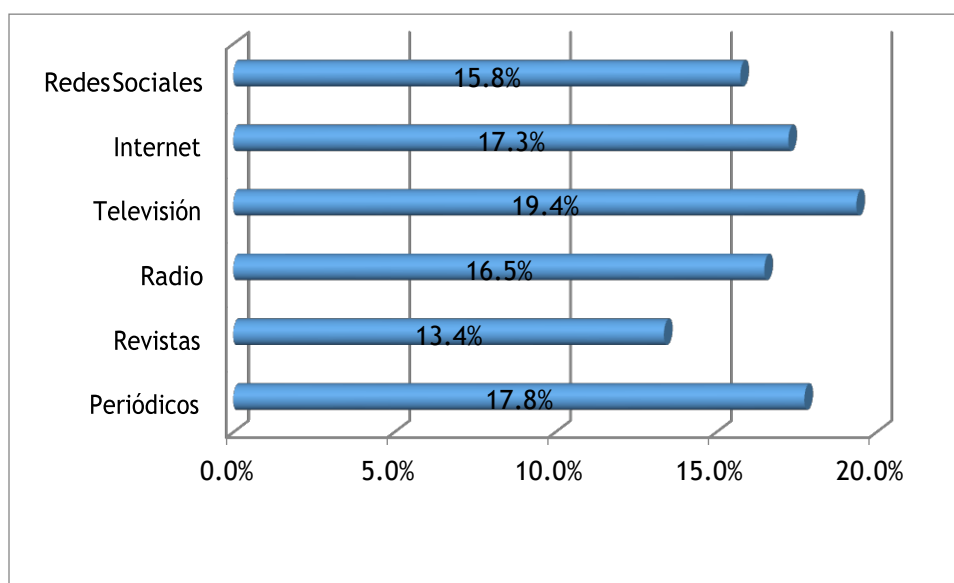
Como podemos observar en el Cuadro N°20 y Figura N°19, en respuesta a la pregunta ¿Qué tanto empleas las siguientes redes sociales?, observamos que un 21,3% utiliza WhatsApp, 19,4% YouTube, 18,6% Facebook, 15,2% Instagram, 11,7% Google +, 7,3% Twitter, finalmente, un 7% Sanpchat.

*CUADRO 21: DE LOS SIGUIENTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ASIGANA VALORES DE MENOR A MAYOR DONDE 0 ES NADA Y 5 ES MUCHO, ¿QUÉ TANTO CONFÍAS EN LA INFORMACIÓN QUE DIFUNDEN?*

|                | Media | %      |
|----------------|-------|--------|
| Periódicos     | 4.73  | 17.8%  |
| Revistas       | 3.57  | 13.4%  |
| Radio          | 4.40  | 16.5%  |
| Televisión     | 5.17  | 19.4%  |
| Internet       | 4.60  | 17.3%  |
| Redes Sociales | 4.20  | 15.8%  |
| Total          |       | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 20: DE LOS SIGUIENTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ASIGANA VALORES DE MENOR A MAYOR DONDE 0 ES NADA Y 5 ES MUCHO, ¿QUÉ TANTO CONFÍAS EN LA INFORMACIÓN QUE DIFUNDEN?*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

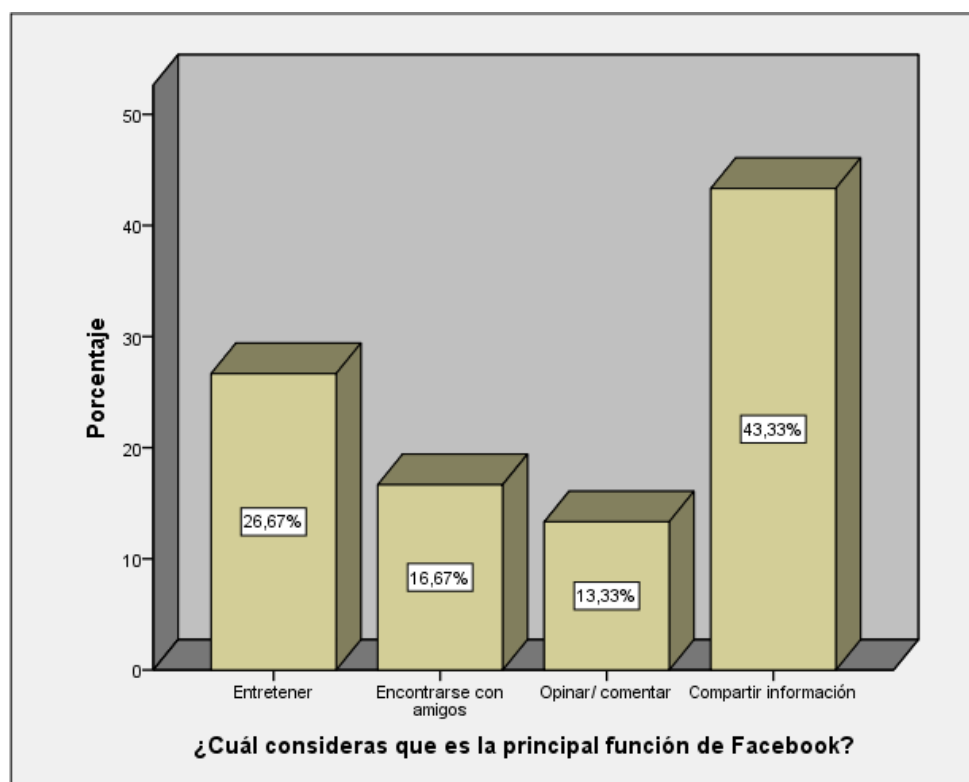
Como podemos observar en el Cuadro N°21 y Figura N°20, en respuesta a la pregunta ¿Qué tanto confías en la información que difunden los siguientes medios?, observamos que un 19,4% confía en lo que se emite en Televisión, 17,8% en Periódicos, 17,3% en Internet, 16,5% Radio, 15,8% Redes Sociales, y finalmente un 13,4% confía en los contenidos que publican las revistas.

CUADRO 22: CUÁL CONSIDERAS QUE ES LA PRINCIPAL FUNCIÓN DE FACEBOOK

|                        | N° | %      |
|------------------------|----|--------|
| Entretener             | 8  | 26.7%  |
| Encontrarse con amigos | 5  | 16.7%  |
| Opinar/ comentar       | 4  | 13.3%  |
| Compartir información  | 13 | 43.3%  |
| Total                  | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 21: CUÁL CONSIDERAS QUE ES LA PRINCIPAL FUNCIÓN DE FACEBOOK



Fuente: Elaboración de los Investigadores

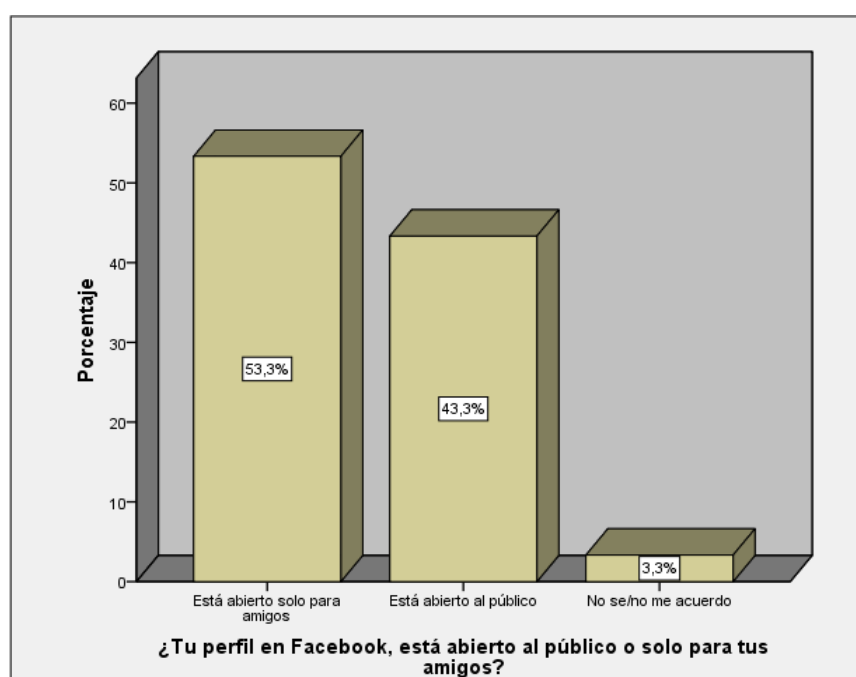
Como podemos observar en el Cuadro N°22 y Figura N°21, en respuesta a la pregunta ¿Cuál consideras que es la principal función de Facebook?, un 43.33% expresó (Compartir información), mientras que un 26,67% expresó (Entretener), finalmente un 16,67% (Encontrarse con amigos), y una minoría de 13.3% (Opinar / Comentar).

*CUADRO 23: TU PERFIL EN FACEBOOK, ESTÁ ABIERTO AL PÚBLICO O SOLO PARA TUS AMIGOS*

|                               | N° | %      |
|-------------------------------|----|--------|
| Está abierto solo para amigos | 16 | 53.3%  |
| Está abierto al público       | 13 | 43.3%  |
| No se/no me acuerdo           | 1  | 3.3%   |
| Total                         | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 22: TU PERFIL EN FACEBOOK, ESTÁ ABIERTO AL PÚBLICO O SOLO PARA TUS AMIGOS*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

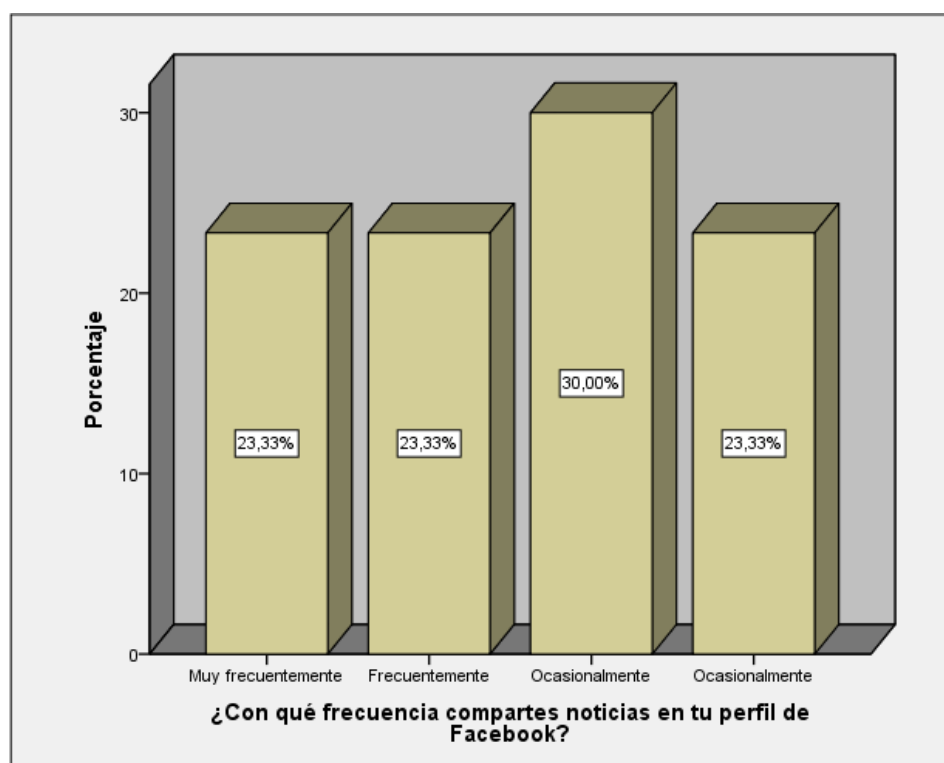
Como podemos observar en el Cuadro N°23 y Figura N°22, en respuesta a la pregunta ¿Tu perfil de Facebook, está abierto para el público o solo para tus amigos?, un 53,3% señaló que su perfil está abierto solo para sus amigos, mientras que un 43,3% que su perfil está abierto al público, finalmente, un 3,3% acotó que no sabe, no se acuerda.

CUADRO 24: CON QUÉ FRECUENCIA COMPARTES NOTICIAS EN TU PERFIL DE FACEBOOK

|                    | N° | %      |
|--------------------|----|--------|
| Muy frecuentemente | 7  | 23.3%  |
| Frecuentemente     | 7  | 23.3%  |
| Ocasionalmente     | 9  | 30.0%  |
| Ocasionalmente     | 7  | 23.3%  |
| Total              | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 23: CON QUÉ FRECUENCIA COMPARTES NOTICIAS EN TU PERFIL DE FACEBOOK



Fuente: Elaboración de los Investigadores

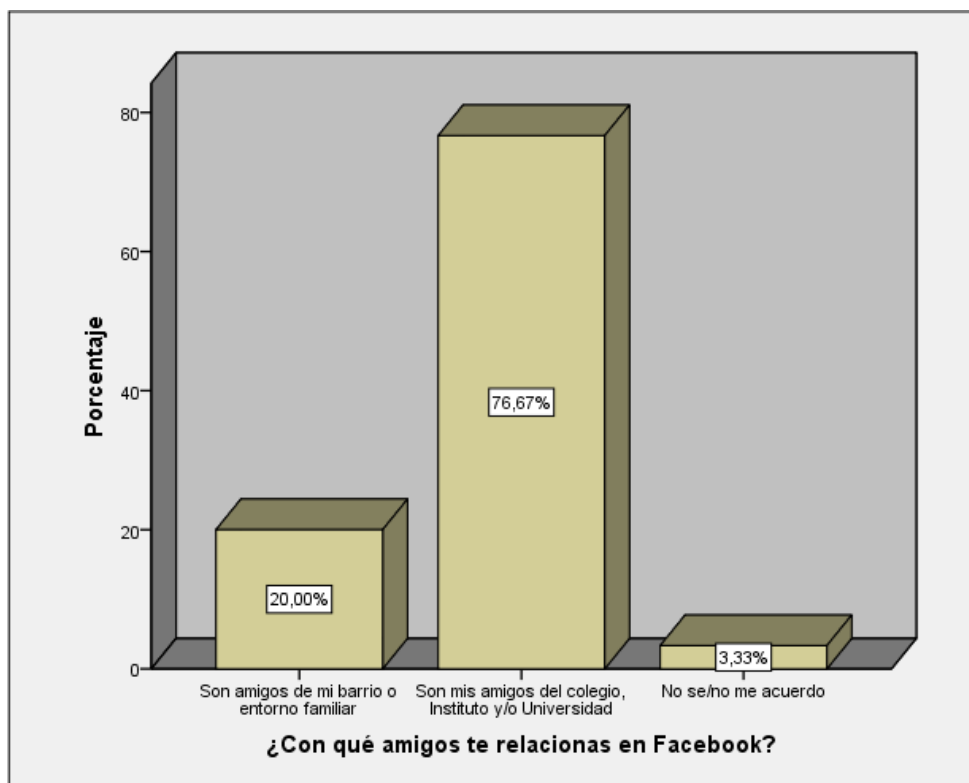
Como podemos observar en el Cuadro N°24 y Figura N°23, en respuesta a la pregunta ¿Con qué frecuencia compartes noticias en tu perfil de Facebook?, un 30% expresó que lo hace (Ocasionalmente), mientras que una minoría de 23.3% cada uno, lo hace (Muy frecuentemente) y (Frecuentemente).

CUADRO 25: CON QUÉ AMIGOS TE RELACIONAS EN FACEBOOK

|   | N° | %      |
|---|----|--------|
| Son amigos de mi barrio o entorno familiar            | 6  | 20.0%  |
| Son mis amigos del colegio, Instituto y/o Universidad | 23 | 76.7%  |
| No se/no me acuerdo                                   | 1  | 3.3%   |
| Total   | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 24: CON QUÉ AMIGOS TE RELACIONAS EN FACEBOOK



Fuente: Elaboración de los Investigadores

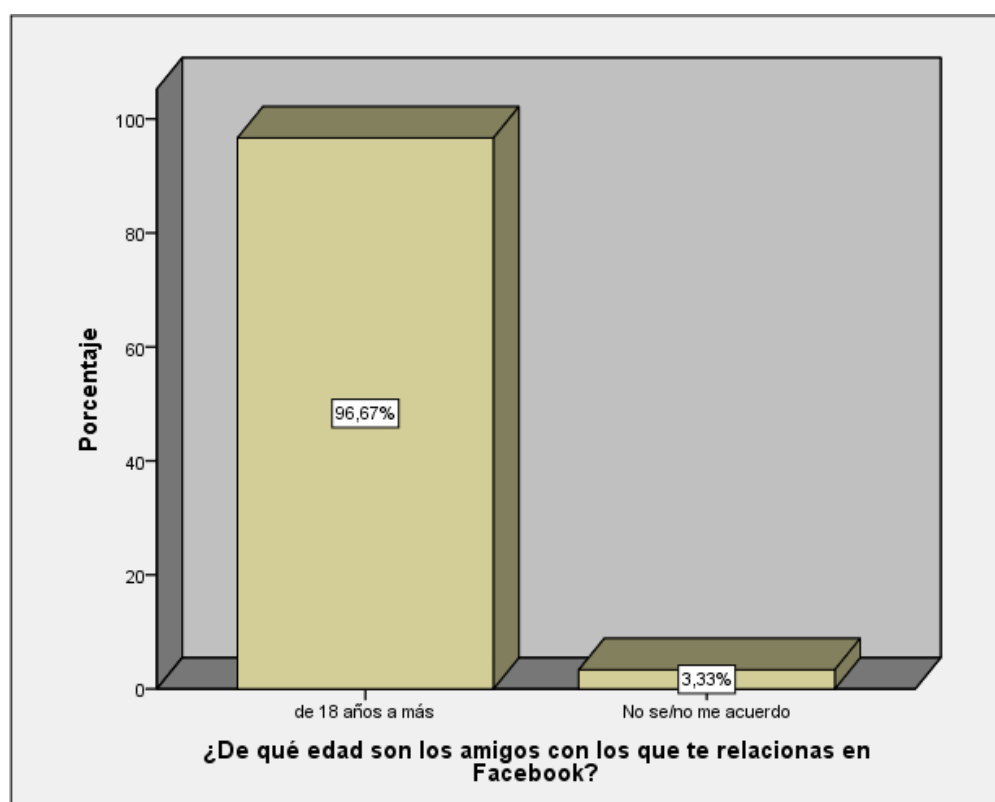
Como podemos observar en el Cuadro N°25 y Figura N°24, en respuesta a la pregunta ¿Con qué amigos te relacionas en Facebook?, un 76.67% expresó (Son amigos del Colegio Universidad, o Institutos), mientras que un 20% expresó que son amigos de su barrio y entorno familiar, finalmente, una minoría de 3.3% expresó (no se/ no me acuerdo).

*CUADRO 26: DE QUÉ EDAD SON LOS AMIGOS CON LOS QUE TE RELACIONAS EN FACEBOOK*

|                     | N° | %      |
|---------------------|----|--------|
| de 18 años a más    | 29 | 96.7%  |
| No se/no me acuerdo | 1  | 3.3%   |
| Total               | 30 | 100.0% |

**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

*FIGURA 25: DE QUÉ EDAD SON LOS AMIGOS CON LOS QUE TE RELACIONAS EN FACEBOOK*



**Fuente:** Elaboración de los Investigadores

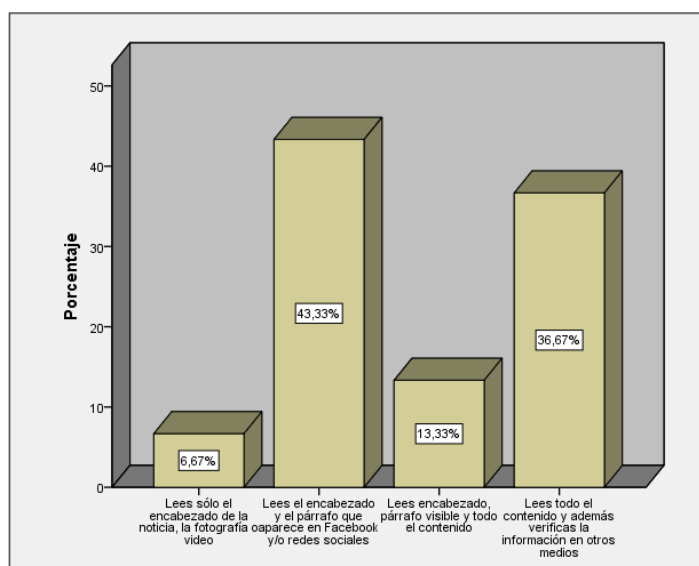
Como podemos observar en el Cuadro N°26 y Figura N°25, en respuesta a la pregunta ¿De qué edad son los amigos con los que te relacionas en Facebook?, un 96.67% expresó (de 18 años a más), mientras que una minoría de 3.33% (no se no me acuerdo).

**CUADRO 27: HABITUALMENTE CUANDO VES NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES, ¿QUÉ ES LO QUE HACES?**

|  | N° | %      |
|--|----|--------|
| Lees sólo el encabezado de la noticia, la fotografía o video               | 2  | 6.7%   |
| Lees el encabezado y el párrafo que aparece en Facebook y/o redes sociales | 13 | 43.3%  |
| Lees encabezado, párrafo visible y todo el contenido                       | 4  | 13.3%  |
| Lees todo el contenido y además verificas la información en otros medios   | 11 | 36.7%  |
| Total  | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 26: HABITUALMENTE CUANDO VES NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES, ¿QUÉ ES LO QUE HACES?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

Como podemos observar en el Cuadro N°27 y Figura N°26, en respuesta a la pregunta, habitualmente cuando ves noticias que circulan en las redes sociales ¿qué es lo que haces?, un 43.3% expresó (lee los encabezados y el párrafo), mientras que un 36,67% lee el contenido y además verifica la información en otros medios, un 13,33% lee el encabezado, párrafo visible y todo el contenido, finalmente una minoría de 6.7% expresó (lee solo el encabezado).

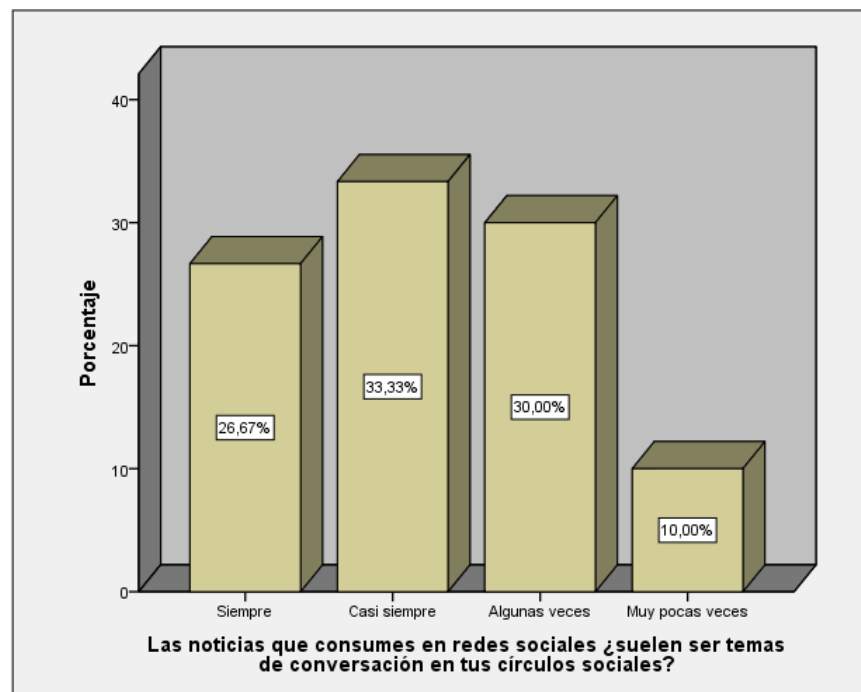


**CUADRO 28: LAS NOTICIAS QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿SUELEN SER TEMAS DE CONVERSACIÓN EN TUS CÍRCULOS SOCIALES?**

|                 | N° | %      |
|-----------------|----|--------|
| Siempre         | 8  | 26.7%  |
| Casi siempre    | 10 | 33.3%  |
| Algunas veces   | 9  | 30.0%  |
| Muy pocas veces | 3  | 10.0%  |
| Total           | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 27: LAS NOTICIAS QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿SUELEN SER TEMAS DE CONVERSACIÓN EN TUS CÍRCULOS SOCIALES?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

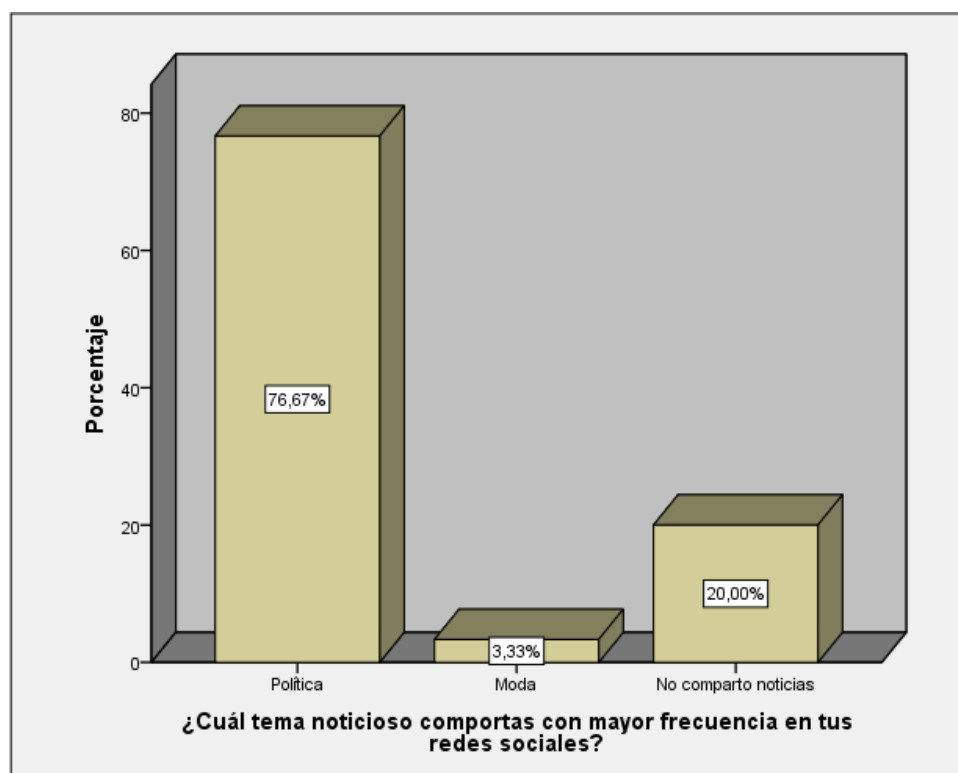
Como podemos observar en el Cuadro N°28 y Figura N°27, en respuesta a la pregunta ¿Las noticias que consumes en redes sociales suelen ser temas de conversación en tus círculos sociales?, un 33.33% expresó (casi siempre), mientras que un 30% señaló algunas veces, un 26,67 señaló siempre, finalmente, una minoría de 10.0% expresó (Muy pocas veces).

*CUADRO 29: ¿CUÁL TEMA NOTICIOSO COMPARTES CON MAYOR FRECUENCIA EN TUS REDES SOCIALES?*

|                      | N° | %      |
|----------------------|----|--------|
| Política             | 23 | 76.7%  |
| Moda                 | 1  | 3.3%   |
| No comparto noticias | 6  | 20.0%  |
| Total                | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 28: ¿CUÁL TEMA NOTICIOSO COMPARTES CON MAYOR FRECUENCIA EN TUS REDES SOCIALES?*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

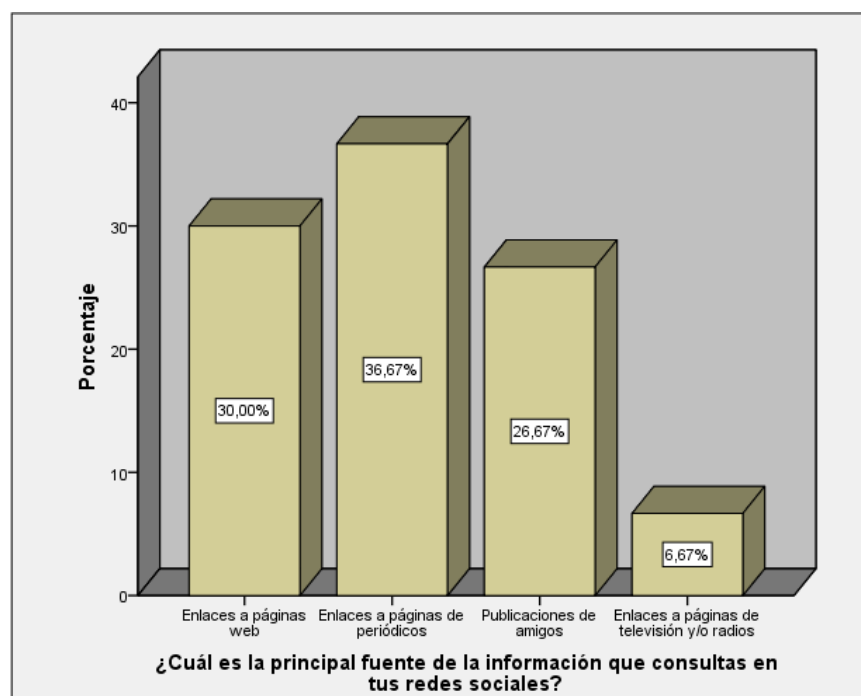
Como podemos observar en el Cuadro N°29 y Figura N°28, en respuesta a la pregunta ¿Cuál tema noticioso compartes con mayor frecuencia en tus redes sociales?, un 76.67% expresó (Política) mientras un 20% expresó que no comparte noticias, finalmente, una minoría de 3.33% expresó (Moda).

*CUADRO 30: ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL FUENTE DE LA INFORMACIÓN QUE CONSULTAS EN TUS REDES SOCIALES?*

|  | N° | %      |
|--|----|--------|
| Enlaces a páginas web                      | 9  | 30.0%  |
| Enlaces a páginas de periódicos            | 11 | 36.7%  |
| Publicaciones de amigos                    | 8  | 26.7%  |
| Enlaces a páginas de televisión y/o radios | 2  | 6.7%   |
| Total                                      | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 29: ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL FUENTE DE LA INFORMACIÓN QUE CONSULTAS EN TUS REDES SOCIALES?*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

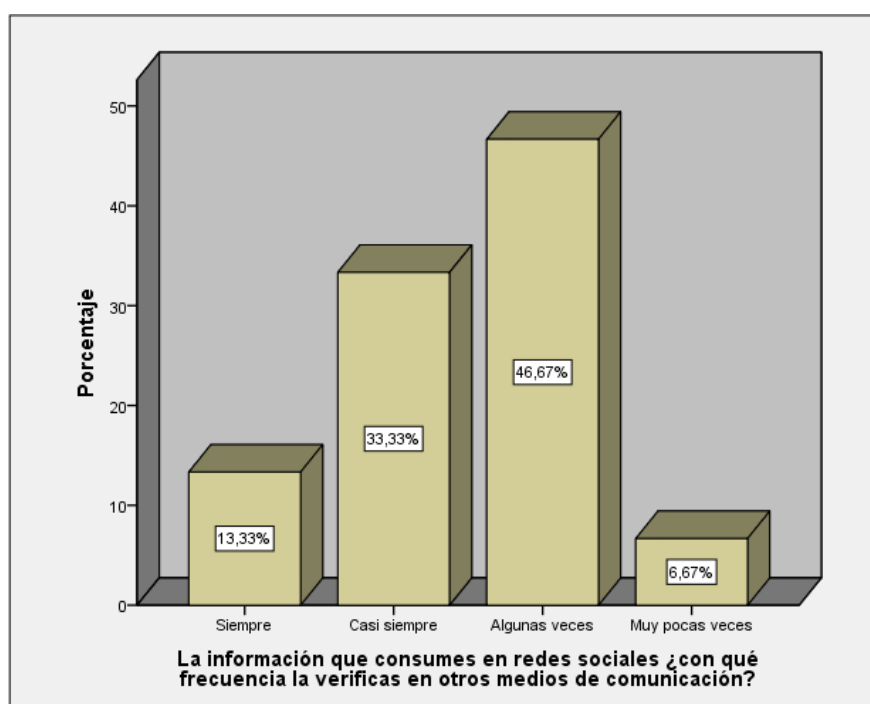
Como podemos observar en el Cuadro N°30 y Figura N°29, en respuesta a la pregunta ¿Cuál es la principal fuente de información que consultas en tus redes?, un 36.67% expresó (Enlaces a páginas de periódicos), mientras un 30% expresó enlaces a pág web, un 26,67% acotó publicaciones de amigos, finalmente, una minoría de 6.7% expresó (páginas de Televisión y/o radios).

**CUADRO 31: LA INFORMACIÓN QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VERIFICAS EN OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?**

|                 | N° | %      |
|-----------------|----|--------|
| Siempre         | 4  | 13.3%  |
| Casi siempre    | 10 | 33.3%  |
| Algunas veces   | 14 | 46.7%  |
| Muy pocas veces | 2  | 6.7%   |
| Total           | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 30: LA INFORMACIÓN QUE CONSUMES EN REDES SOCIALES ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VERIFICAS EN OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

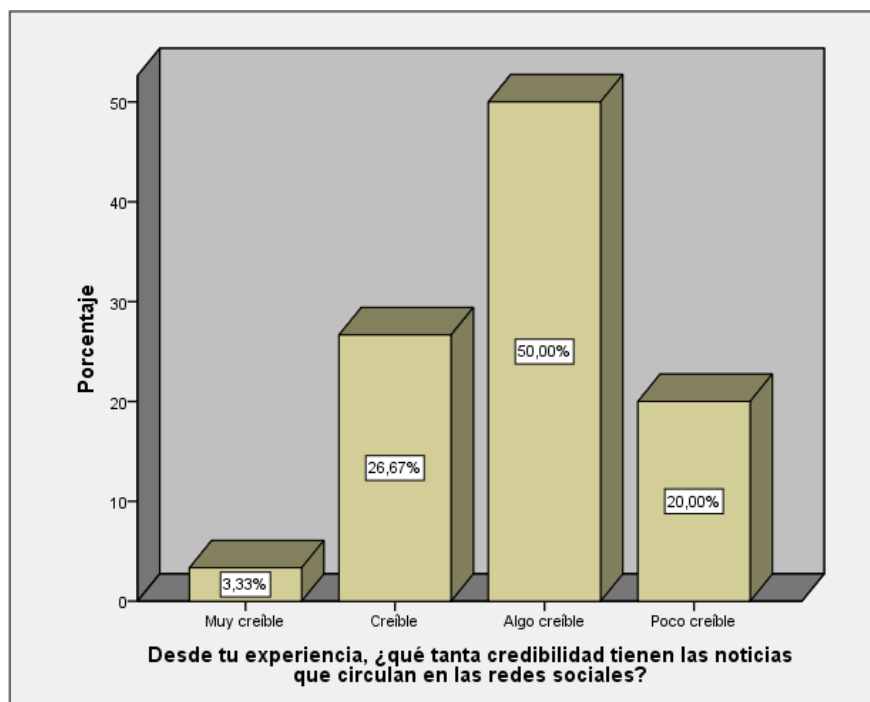
Como podemos observar en el Cuadro N°31 y Figura N°30, en respuesta a la pregunta ¿La información que consumes en redes sociales, ¿con qué frecuencia la verificas en otros medios de comunicación?, un 46.7% expresó (Algunas Veces), mientras que un 33,3% expresó casi siempre, un 13,33% acotó siempre, finalmente, una minoría de 6.7% expresó (Muy pocas veces).

*CUADRO 32: DESDE TU EXPERIENCIA, ¿QUÉ TANTA CREDIBILIDAD TIENEN LAS NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES?*

|              | N° | %      |
|--------------|----|--------|
| Muy creíble  | 1  | 3.3%   |
| Creíble      | 8  | 26.7%  |
| Algo creíble | 15 | 50.0%  |
| Poco creíble | 6  | 20.0%  |
| Total        | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 31: DESDE TU EXPERIENCIA, ¿QUÉ TANTA CREDIBILIDAD TIENEN LAS NOTICIAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES?*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

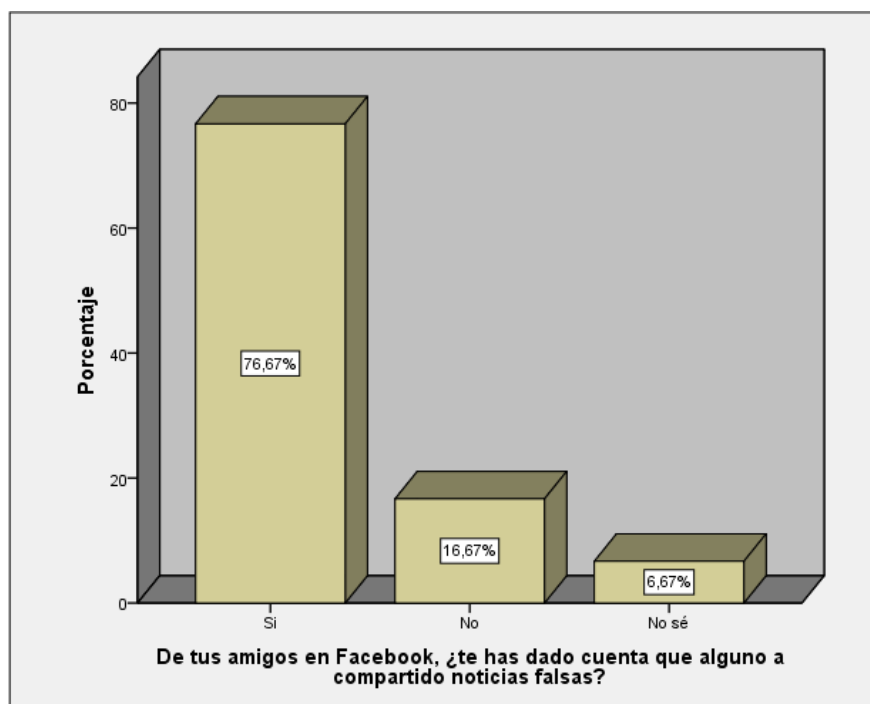
Como podemos observar en el Cuadro N°32 y Figura N°31, en respuesta a la pregunta, Desde tu experiencia, ¿qué tanta credibilidad tienen las noticias que circulan en las redes sociales?, un 50.0% expresó que son (Algo creíble), mientras que 26,67% expresó que son creíbles, un 20% que son poco creíbles, finalmente, una minoría de 3.3% expresó (Muy creíble).

*CUADRO 33: DE TUS AMIGOS EN FACEBOOK, ¿TE HAS DADO CUENTA QUE ALGUNO A COMPARTIDO NOTICIAS FALSAS?*

|       | N° | %      |
|-------|----|--------|
| Si    | 23 | 76.7%  |
| No    | 5  | 16.7%  |
| No sé | 2  | 6.7%   |
| Total | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

*FIGURA 32: DE TUS AMIGOS EN FACEBOOK, ¿TE HAS DADO CUENTA QUE ALGUNO A COMPARTIDO NOTICIAS FALSAS?*



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

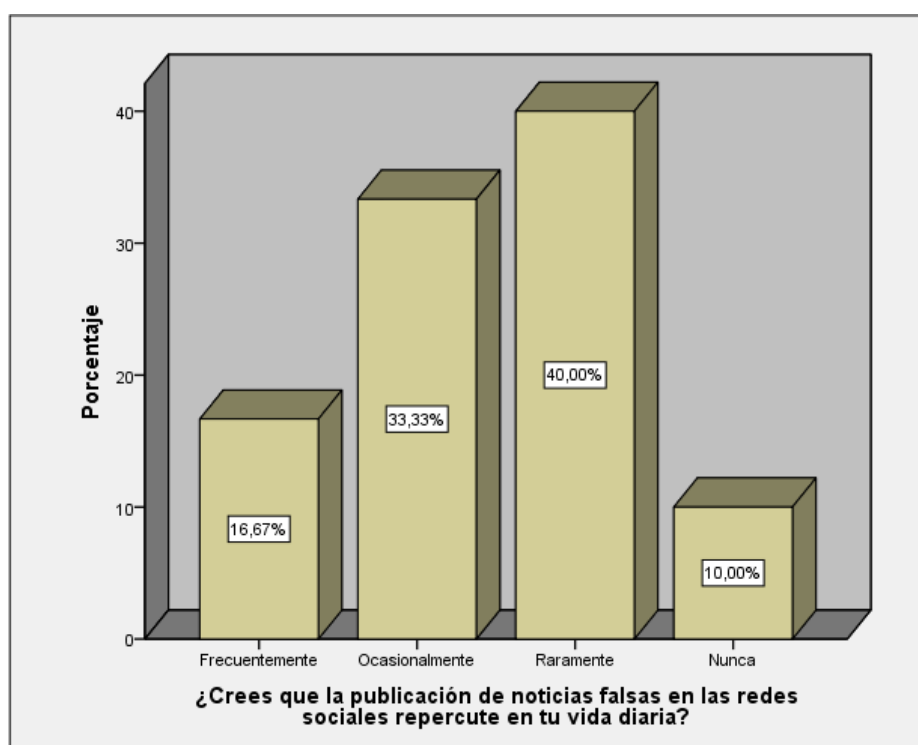
Como podemos observar en el Cuadro N°33 y Figura N°32, en respuesta a la pregunta De tus amigos de Facebook, ¿te has dado cuenta que alguno a compartido noticias falsas?, un 76.67% expresó (si), mientras que un 16,67% expresó (no), finalmente, una minoría de 6.7% expresó (No sé).

**CUADRO 34: ¿CREES QUE LA PUBLICACIÓN DE NOTICIAS FALSAS EN LAS REDES SOCIALES REPERCUTE EN TU VIDA DIARIA?**

|                | N° | %      |
|----------------|----|--------|
| Frecuentemente | 5  | 16.7%  |
| Ocasionalmente | 10 | 33.3%  |
| Raramente      | 12 | 40.0%  |
| Nunca          | 3  | 10.0%  |
| Total          | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 33: ¿CREES QUE LA PUBLICACIÓN DE NOTICIAS FALSAS EN LAS REDES SOCIALES REPERCUTE EN TU VIDA DIARIA?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

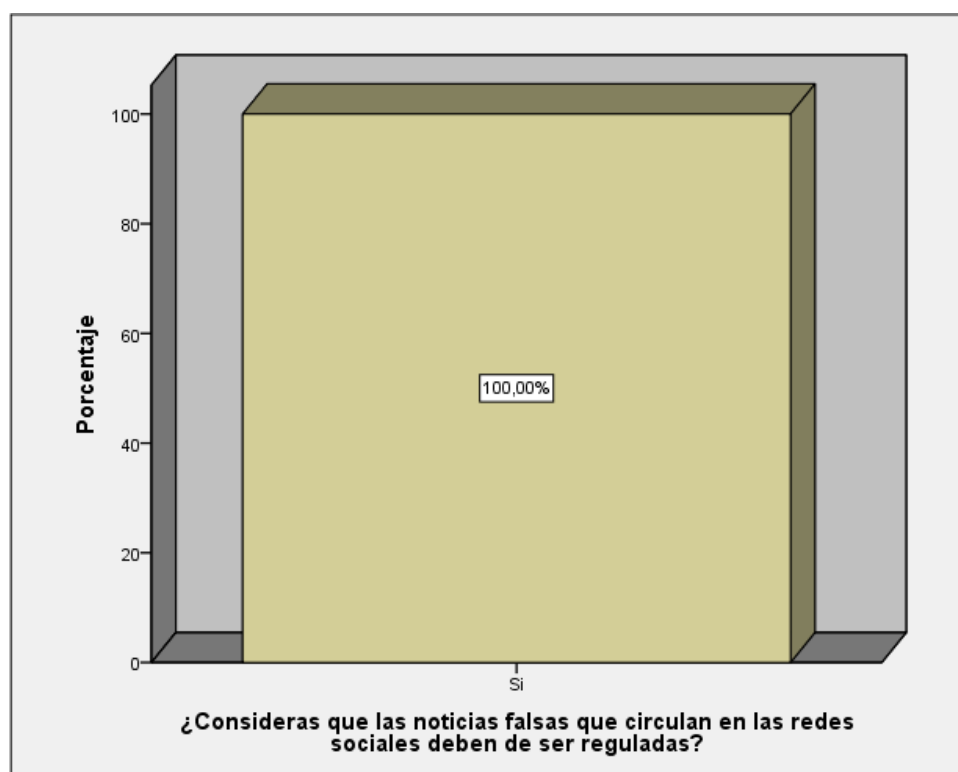
Como podemos observar en el Cuadro N°34 y Figura N°33, en respuesta a la pregunta ¿Crees que la publicación de noticias falsas en las redes sociales repercute en tu vida diaria?, un 40% expresó (Raramente), mientras que un 33,3% expresó (Ocasionalmente), un 16,67% expresó (Frecuentemente), finalmente, una minoría de 10% expreso (Nunca).

**CUADRO 35: ¿CONSIDERAS QUE LAS NOTICIAS FALSAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES DEBEN DE SER REGULADAS?**

|    | N° | %      |
|----|----|--------|
| Si | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 34: ¿CONSIDERAS QUE LAS NOTICIAS FALSAS QUE CIRCULAN EN LAS REDES SOCIALES DEBEN DE SER REGULADAS?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

Como podemos observar en el Cuadro N°35 y Figura N°34, en respuesta a la pregunta ¿Consideras que las noticias falsas que circulan en las redes sociales deben ser reguladas?, un 100% expreso (Si).

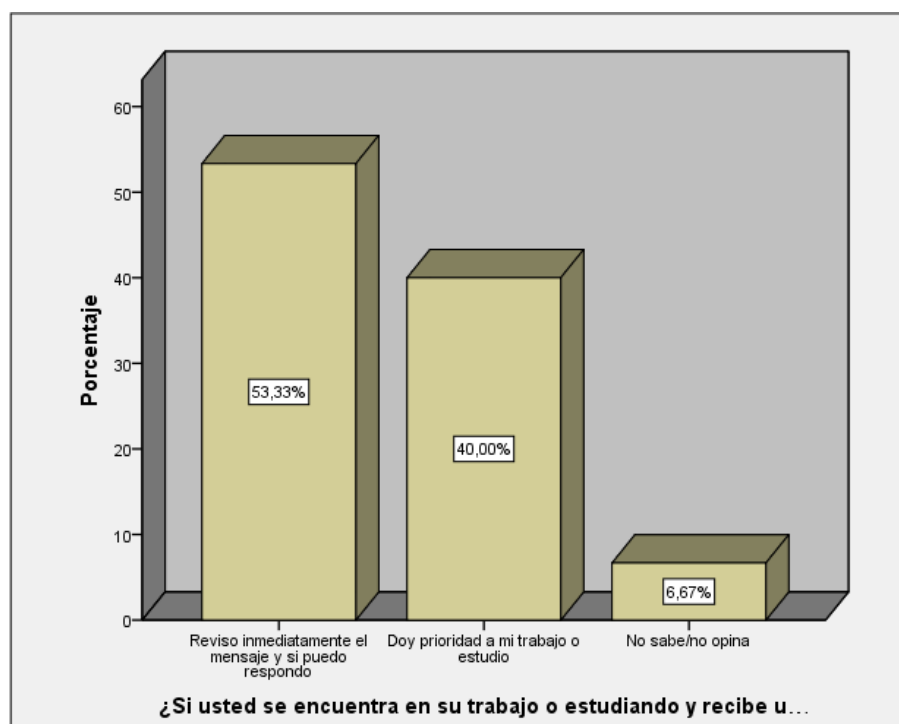


**CUADRO 36: ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN SU TRABAJO O ESTUDIANDO Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA?**

|  | N° | %      |
|--|----|--------|
| Reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo | 16 | 53.3%  |
| Doy prioridad a mi trabajo o estudio                 | 12 | 40.0%  |
| No sabe/no opina                                     | 2  | 6.7%   |
| Total  | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 35: ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN SU TRABAJO O ESTUDIANDO Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

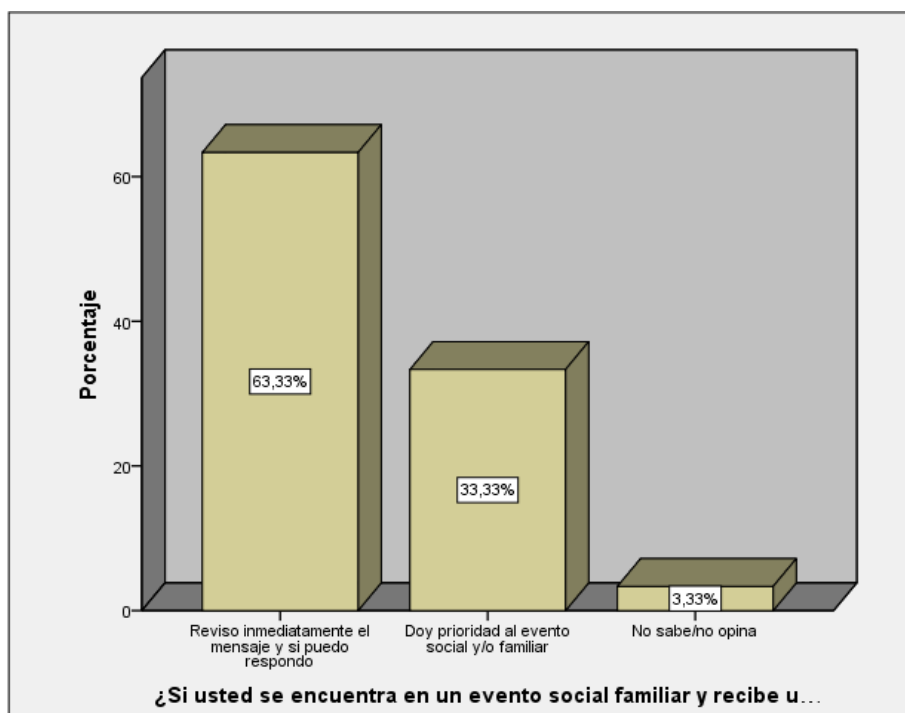
Como podemos observar en el Cuadro N°36 y Figura N°35, en respuesta a la pregunta ¿Si usted se encuentra en su trabajo o estudiando y recibes un mensaje de su red social favorita que acción realiza?, un 53.33% expresó (Reviso inmediatamente el mensaje), mientras que un 40% expresó (da prioridad a su trabajo o estudio), finalmente, una minoría de 6.67% expresó (No sabe no opina).

**CUADRO 37: ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN UN EVENTO SOCIAL FAMILIAR Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA?**

|  | N° | %      |
|--|----|--------|
| Reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo | 19 | 63.3%  |
| Doy prioridad al evento social y/o familiar          | 10 | 33.3%  |
| No sabe/no opina                                     | 1  | 3.3%   |
| Total  | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 36: ¿SI USTED SE ENCUENTRA EN UN EVENTO SOCIAL FAMILIAR Y RECIBE UN MENSAJE DE SU RED SOCIAL FAVORITA, QUE ACCIÓN REALIZA?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

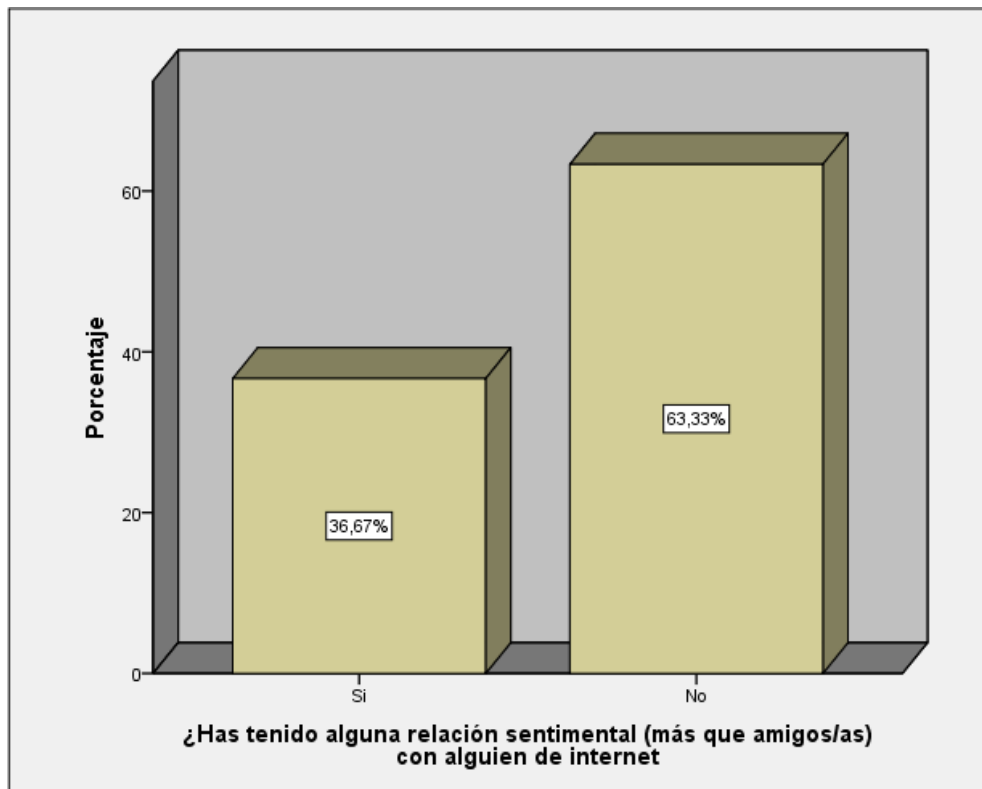
Como podemos observar en el Cuadro N°37 y Figura N°36, en respuesta a la pregunta ¿Si usted se encuentra en un evento social familiar y recibes un mensaje de su red social favorita que acción realiza?, un 63.33% expresó (Reviso inmediatamente el mensaje), mientras que un 33.33% expresó (Doy prioridad al evento social y/o familiar), finalmente, una minoría de 3.33% expresó (No sabe no opina).

**CUADRO 38: ¿HAS TENIDO ALGUNA RELACIÓN SENTIMENTAL (MÁS QUE AMIGOS/AS) CON ALGUIEN DE INTERNET?**

|       | N° | %      |
|-------|----|--------|
| Si    | 11 | 36.7%  |
| No    | 19 | 63.3%  |
| Total | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 37: ¿HAS TENIDO ALGUNA RELACIÓN SENTIMENTAL (MÁS QUE AMIGOS/AS) CON ALGUIEN DE INTERNET?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

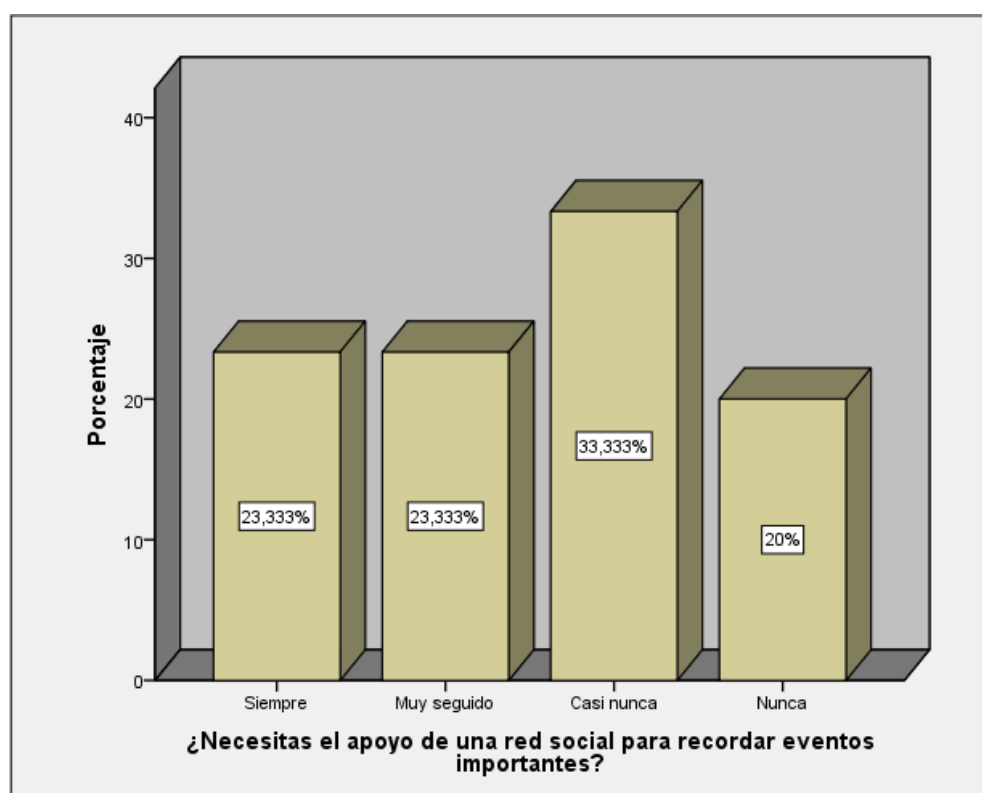
Como podemos observar en el Cuadro N°38 y Figura N°37, en respuesta a la pregunta ¿Has tenido alguna relación sentimental, más que amigos, con alguien de internet?, un 63.33% expreso (No) mientras una minoría de 36.67% expreso (Si).

CUADRO 39: ¿NECESITAS EL APOYO DE UNA RED SOCIAL PARA RECORDAR EVENTOS IMPORTANTES?

|             | N° | %      |
|-------------|----|--------|
| Siempre     | 7  | 23.3%  |
| Muy seguido | 7  | 23.3%  |
| Casi nunca  | 10 | 33.3%  |
| Nunca       | 6  | 20.0%  |
| Total       | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 38: ¿NECESITAS EL APOYO DE UNA RED SOCIAL PARA RECORDAR EVENTOS IMPORTANTES?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

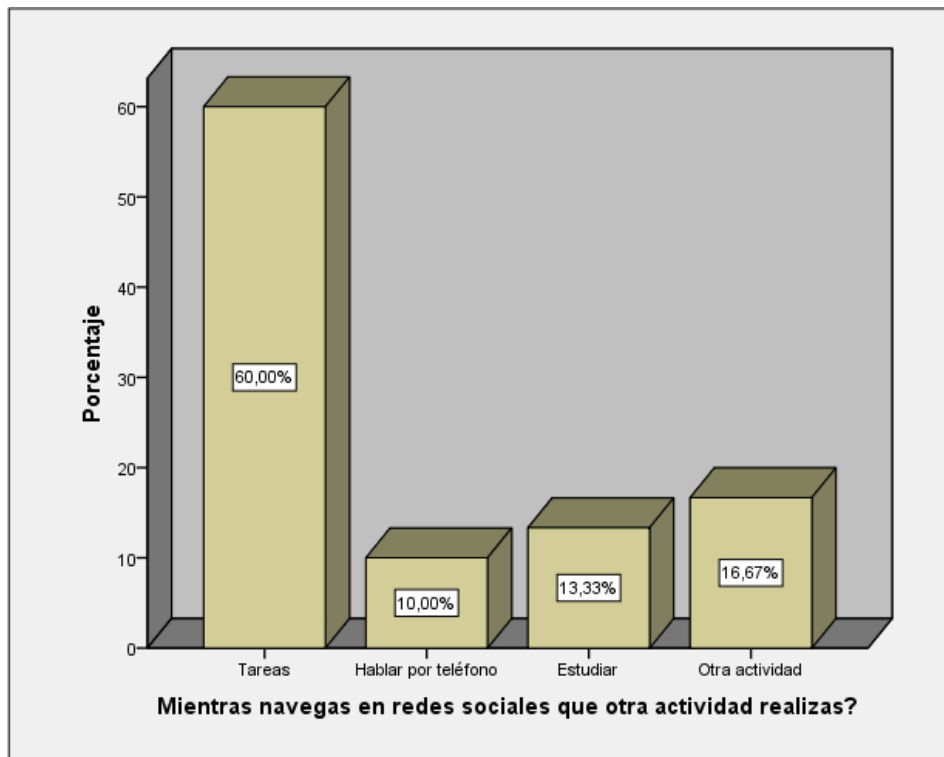
Como podemos observar en el Cuadro N°39 y Figura N°38, en respuesta a la pregunta ¿Necesitas el apoyo de una red social para recordar eventos Importantes?, un 33.33% expresó (Casi nunca), mientras que un 23,333% cada uno expreso (Siempre) y (Muy seguido), finalmente, una minoría de 20% acotó (Nunca).

CUADRO 40: ¿MIENTRAS NAVEGAS EN REDES SOCIALES QUE OTRA ACTIVIDAD REALIZAS?

|                     | N° | %      |
|---------------------|----|--------|
| Tareas              | 18 | 60.0%  |
| Hablar por teléfono | 3  | 10.0%  |
| Estudiar            | 4  | 13.3%  |
| Otra actividad      | 5  | 16.7%  |
| Total               | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 39: ¿MIENTRAS NAVEGAS EN REDES SOCIALES QUE OTRA ACTIVIDAD REALIZAS?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

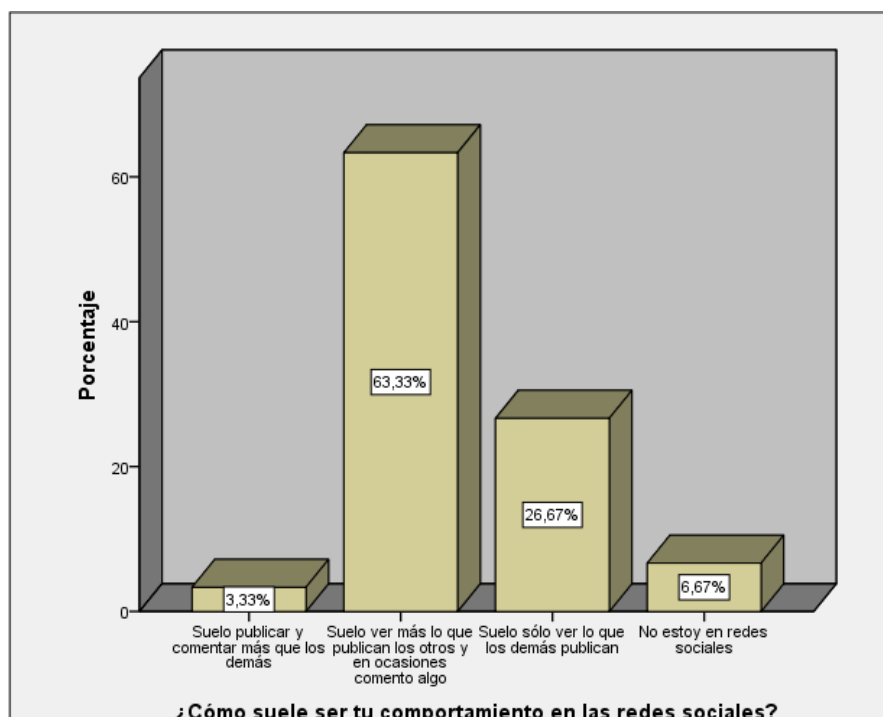
Como podemos observar en el Cuadro N°40 y Figura N°39, en respuesta a la pregunta ¿Mientras navegas en redes sociales que otra actividad realizas?, un 60% señaló (Tareas), mientras que un 16,67% señaló (Otra actividad), un 13,33% acotó (Estudiar), finalmente, un 10% (Hablar por teléfono).

CUADRO 41: ¿CÓMO SUELE SER TU COMPORTAMIENTO EN LAS REDES SOCIALES?

|   | N° | %      |
|---|----|--------|
| Suelo publicar y comentar más que los demás                         | 1  | 3.3%   |
| Suelo ver más lo que publican los otros y en ocasiones comento algo | 19 | 63.3%  |
| Suelo sólo ver lo que los demás publican                            | 8  | 26.7%  |
| No estoy en redes sociales  | 2  | 6.7%   |
| Total   | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 40: ¿CÓMO SUELE SER TU COMPORTAMIENTO EN LAS REDES SOCIALES?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

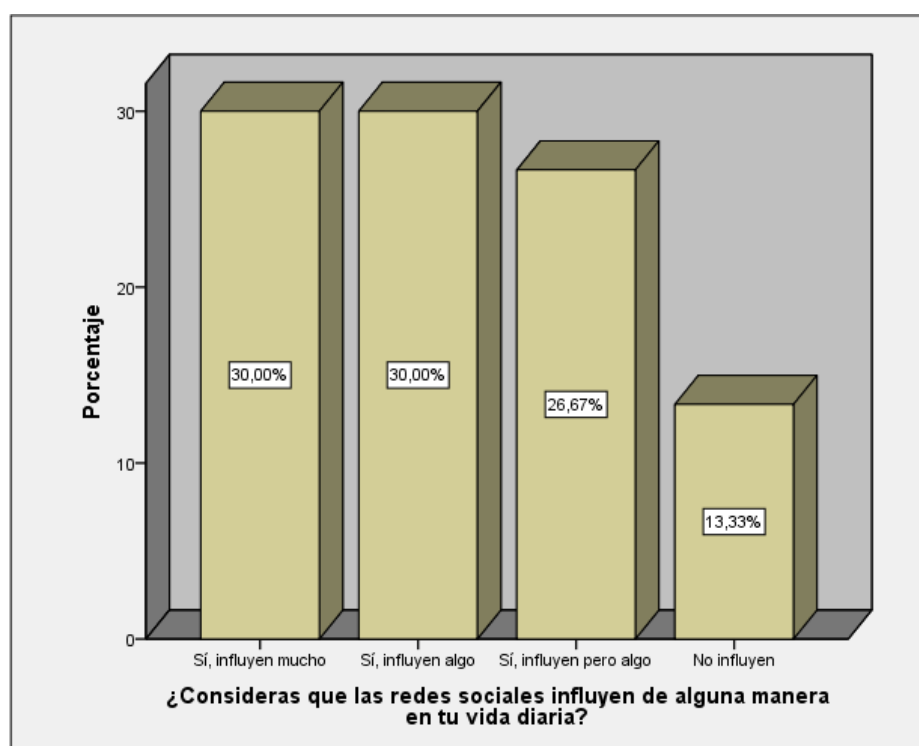
Como podemos observar en el Cuadro N°41 y Figura N°40, en respuesta a la pregunta ¿Cómo suele ser tu comportamiento en las redes sociales?, un 63.33% expresó (suelo ver más lo que publican los otros), mientras una minoría que un 26,67% expresó (Suelo sólo ver lo que los demás publican), un 6,67% acotó (No están en redes sociales), finalmente, un 3.3% expresó (Suelo publicar y comentar más de los demás).

**CUADRO 42: ¿CONSIDERAS QUE LAS REDES SOCIALES INFLUYEN DE ALGUNA MANERA EN TU VIDA DIARIA?**

|                        | N° | %      |
|------------------------|----|--------|
| Sí, influyen mucho     | 9  | 30.0%  |
| Sí, influyen algo      | 9  | 30.0%  |
| Sí, influyen pero algo | 8  | 26.7%  |
| No influyen            | 4  | 13.3%  |
| Total                  | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 41: ¿CONSIDERAS QUE LAS REDES SOCIALES INFLUYEN DE ALGUNA MANERA EN TU VIDA DIARIA?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

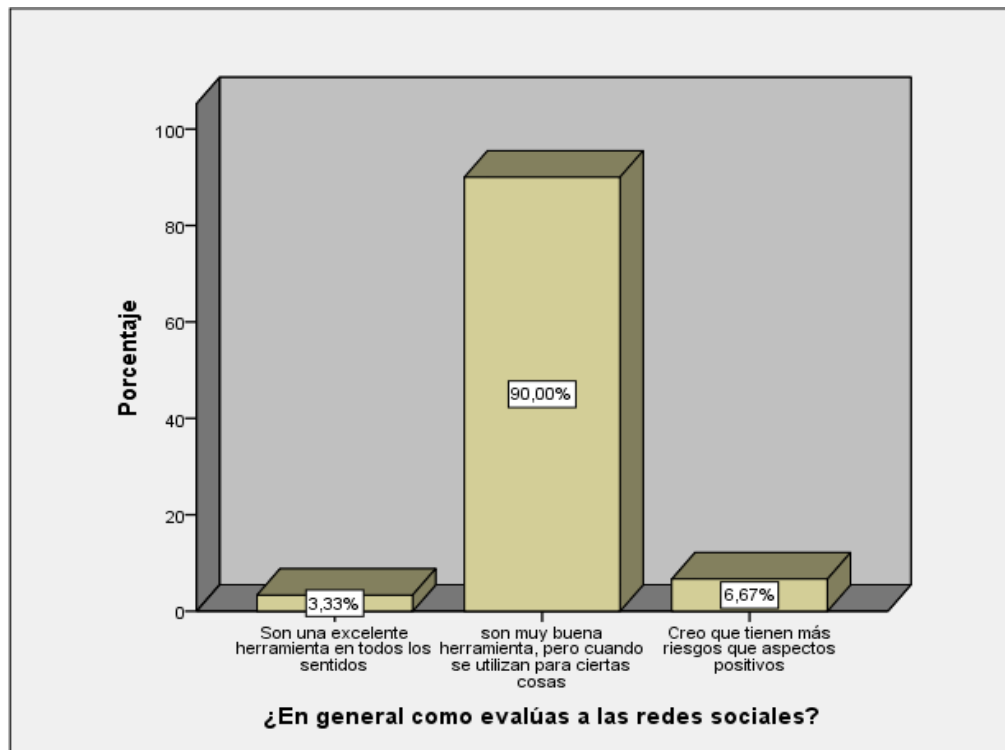
Como podemos observar en el Cuadro N°42 y Figura N°41, en respuesta a la pregunta ¿Consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?, un 30% expresó, que (Si, influyen mucho), otro 30% señaló que (influyen algo), 26,67% (Si, influyen pero algo), y finalmente un 13,33% señaló que no influyen en su vida diaria.

CUADRO 43: ¿EN GENERAL COMO EVALÚAS A LAS REDES SOCIALES?

|   | N° | %      |
|---|----|--------|
| Son una excelente herramienta en todos los sentidos                   | 1  | 3.3%   |
| son muy buena herramienta, pero cuando se utilizan para ciertas cosas | 27 | 90.0%  |
| Creo que tienen más riesgos que aspectos positivos                    | 2  | 6.7%   |
| Total   | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 42: ¿EN GENERAL COMO EVALÚAS A LAS REDES SOCIALES?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

Como podemos observar en el Cuadro N°43 y Figura N°42, en respuesta a la pregunta ¿En general como evalúas a las redes sociales?, un 90.00% expresó (son muy buenas herramientas cuando se utilizan en ciertas cosas), mientras un 6,67% expresó (creo que tienen más riesgos que aspectos positivos), finalmente, una minoría de 3.3% expresó (Son una excelente herramienta en todos los sentidos).

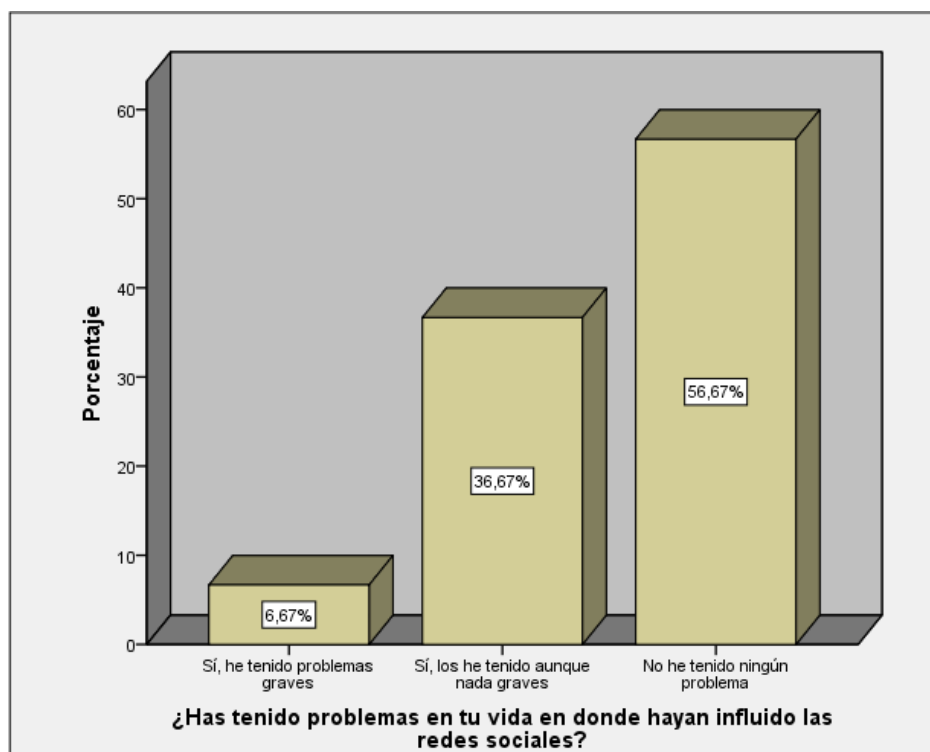


CUADRO 44: ¿HAS TENIDO PROBLEMAS EN TU VIDA EN DONDE HAYAN INFLUIDO LAS REDES SOCIALES?

|                                      | N° | %      |
|--------------------------------------|----|--------|
| Sí, he tenido problemas graves       | 2  | 6.7%   |
| Sí, los he tenido aunque nada graves | 11 | 36.7%  |
| No he tenido ningún problema         | 17 | 56.7%  |
| Total                                | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 43: ¿HAS TENIDO PROBLEMAS EN TU VIDA EN DONDE HAYAN INFLUIDO LAS REDES SOCIALES?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

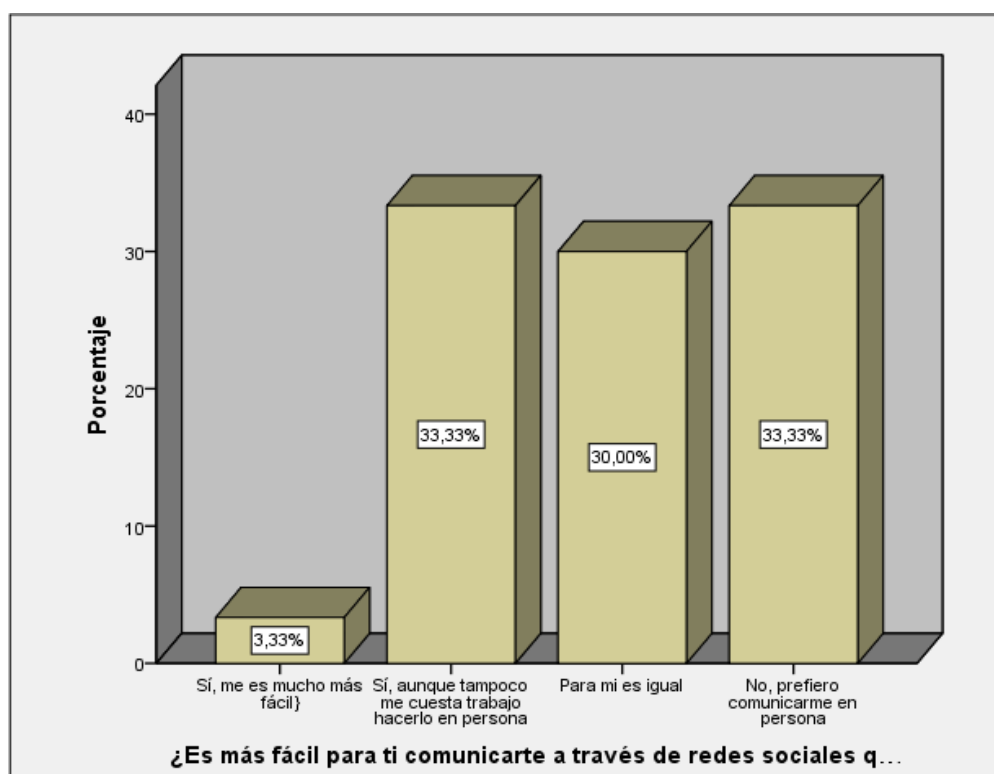
Como podemos observar en el Cuadro N°44 y Figura N°43, en respuesta a la pregunta ¿Has tenido problemas en tu vida en donde hayan influido las redes sociales?, un 56.67% expresó (no he tenido ningún problema), mientras un 36,7% expresó (sí, los he tenido aunque nada graves), finalmente, una minoría de 6.7% expresó (Si he tenido problemas Graves).

CUADRO 45: ¿ES MÁS FÁCIL PARA TI COMUNICARTE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES QUE EN PERSONA?

|   | N° | %      |
|---|----|--------|
| Sí, me es mucho más fácil}                                    | 1  | 3.3%   |
| Sí, aunque tampoco me<br>cuesta trabajo hacerlo en<br>persona | 10 | 33.3%  |
| Para mi es igual  | 9  | 30.0%  |
| No, prefiero<br>comunicarme en persona                        | 10 | 33.3%  |
| Total   | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 44: ¿ES MÁS FÁCIL PARA TI COMUNICARTE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES QUE EN PERSONA?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

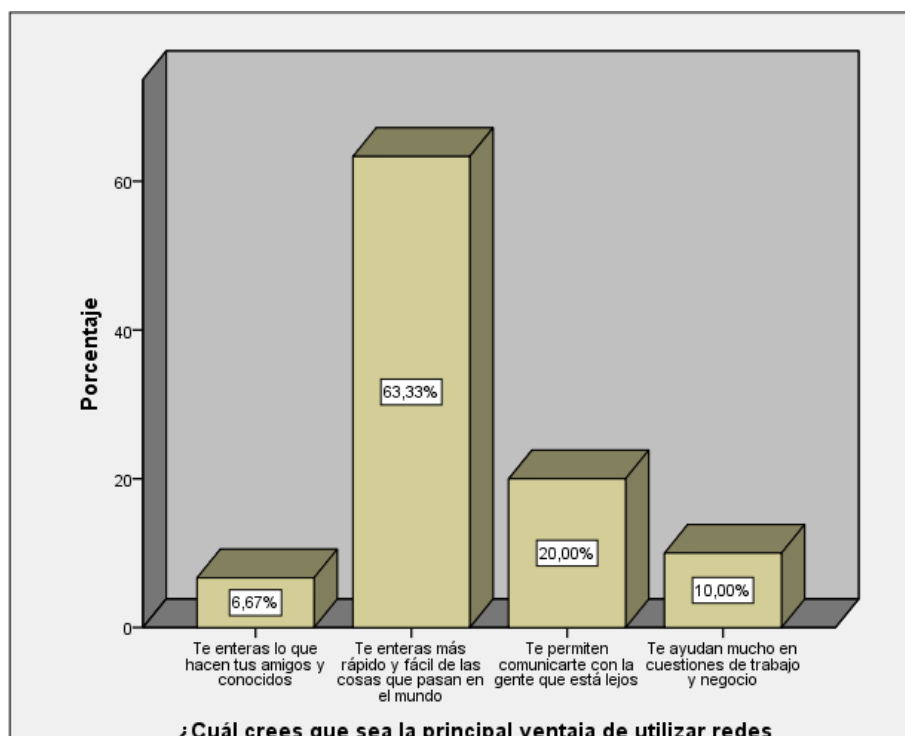
Como podemos observar en el Cuadro N°45 y Figura N°44, en respuesta a la pregunta ¿Es más fácil para ti comunicarte a través de redes sociales que en persona?, un 33.33% expresó (Sí, aunque tampoco me cuesta trabajo hacerlo en persona) mientras otro 33,33% expresó (No, prefiero comunicarme en persona), un 30% señaló (Para mi es igual), finalmente, una minoría de 3.3% expresó (Si, me es mucho más fácil).

CUADRO 46: ¿CUÁL CREES QUE SEA LA PRINCIPAL VENTAJA DE UTILIZAR REDES SOCIALES?

|  | N° | %      |
|--|----|--------|
| Te enteras lo que hacen tus amigos y conocidos                   | 2  | 6.7%   |
| Te enteras más rápido y fácil de las cosas que pasan en el mundo | 19 | 63.3%  |
| Te permiten comunicarte con la gente que está lejos              | 6  | 20.0%  |
| Te ayudan mucho en cuestiones de trabajo y negocio               | 3  | 10.0%  |
| Total  | 30 | 100.0% |

Fuente: Elaboración de los Investigadores

FIGURA 45: ¿CUÁL CREES QUE SEA LA PRINCIPAL VENTAJA DE UTILIZAR REDES SOCIALES?



Fuente: Elaboración de los Investigadores

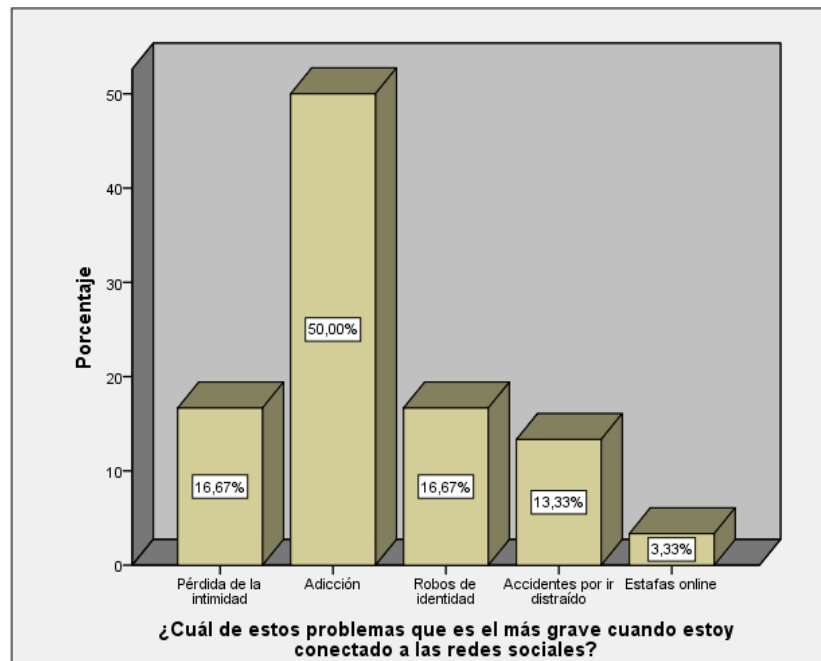
Como podemos observar en el Cuadro N°46 y Figura N°45, en respuesta a la pregunta ¿Cuál crees que sea la principal ventaja que utilizar redes?, un 63.33% expresó (Te enteras más rápido y fácil de las cosas que pasan en el mundo) mientras que un 20% expresó (Te permiten comunicar con la gente que está lejos), un 10% expresó (Te ayudan mucho en cuestiones de trabajo y negocios, finalmente, una minoría de 6,67% acotó (Te enteras lo que hacen tus amigos y conocidos).

**CUADRO 47: ¿CUÁL DE ESTOS PROBLEMAS CREE QUE ES EL MÁS GRAVE CUANDO ESTOY CONECTADO A LAS REDES SOCIALES?**

|                             | N° | %      |
|-----------------------------|----|--------|
| Pérdida de la intimidad     | 5  | 16.7%  |
| Adicción                    | 15 | 50.0%  |
| Robos de identidad          | 5  | 16.7%  |
| Accidentes por ir distraído | 4  | 13.3%  |
| Estafas online              | 1  | 3.3%   |
| Total                       | 30 | 100.0% |

**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

**FIGURA 46: ¿CUÁL DE ESTOS PROBLEMAS CREE QUE ES EL MÁS GRAVE CUANDO ESTOY CONECTADO A LAS REDES SOCIALES?**



**Fuente: Elaboración de los Investigadores**

Como podemos observar en el Cuadro N°47 y Figura N°46, en respuesta a la pregunta ¿Cuál de estos problemas crees que es más grave cuando estoy conectado a las redes sociales?, un 50% expresó Adicción, mientras que un 16,67% cada uno expresó Pérdida de la intimidad y Robos de identidad, un 13,33% acotó Accidentes por ir distraído. Finalmente, una minoría de 3.3% expresó Estafas online.

## 4.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1:** Analizar el perfil de los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

Pineda Ballesteros (2013), en su obra, análisis de redes sociales y comunidades virtuales de aprendizaje, menciona que las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. Una red social es también una estructura social en donde hay individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, entre otros.

Por su parte los catedráticos de la Universidad de Harvard, Nicholas A. Christakis, y el profesor de la Universidad de California, James H. Fowler, aseguran en su libro. Conectados, el sorprendente poder de las redes sociales, “una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos” (Christakis y Fowler, 2010, p. 27); y más adelante afirman que “La forma de construir o visualizar una red depende de cuáles sean los vínculos que más nos interese destacar.

La mayoría de los análisis subrayan los vínculos familiares y de amistad, y con los compañeros de trabajo y los vecinos. Pero existen todo tipo de vínculos sociales y, por

tanto, todo tipo de redes sociales.” (Christakis y Fowler, 2010, p. 30). A este tipo de vínculos o relaciones también hace referencia (Gallego, 2010, p.176), quien define la red social “como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí.

Por tal motivo, en la presente investigación realizamos un cuestionario estructurado a los Estudiantes de la Promoción 2018, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, donde obtuvimos los siguientes resultados.

De los 30 Estudiantes que conforman la promoción 2018, el 80% (24 estudiantes) son mujeres y el 20% (06 estudiantes) restante son varones. Además, el 50% oscilan entre los 14 a 18 años, y el otro 50% entre los 19 y 24 años. Finalmente, una mayoría del 50% señaló que provienen de colegios Públicos/Estatales, mientras que un 30% proviene de colegios Privado/Particular, el restante 20% se reparten entre los colegios Parroquial y Policial/FFAA.

En la investigación se encontró que el hábito más usual de este grupo de estudiantes es mantener el contacto con amigos que ven a menudo, o con otros menos cercanos; por tal motivo, el 53.3% de los estudiantes utiliza internet de 2 a 3 horas diarias, mientras que un 26.7% lo utiliza por más de 5 horas diarias. Finalmente, el restante 20% lo hace de 3 a 5 horas diarias. Además, un 76,67% señaló que se conecta desde un teléfono celular, mientras que un 16,67% lo hace desde una laptop, el restante 6,67% se conecta desde una computadora de escritorio (PC). La hora propicia de los Estudiantes para conectarse a internet es de noche (51,72%), tarde (44,83), y día (3,45%).

Finalmente, el 70% de estudiantes señaló que la televisión es el medio de comunicación que utilizan para informarse, mientras que un 16,67% lo hace mediante páginas web, un 10% prefieren periódicos, y, un 3,33% revistas.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 2:** Identificar qué redes sociales son las más utilizadas por los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

Carlos Oliva Marañón (2012) publica su estudio titulado: Redes Sociales y Jóvenes, una entidad cuestionada en internet, donde clasifica a las redes sociales en:

- a) Redes sociales de carácter Personal, como Facebook, Twitter o Myspace.
- b) Redes sociales de tipo Profesionales, como LinkedIn, Xiang o Viadeo.
- c) Redes sociales Temáticas dentro de las cuales están [cuantatuviage.net](http://cuantatuviage.net) o [Musicmakesfriends.com](http://Musicmakesfriends.com).
- d) Redes sociales de Escala local, como Tuenti, Hyves o Xianoei.

En cambio, Alberto Ureña, Annie Ferrari, David Blanco y Elena Valdecasa (2011) en su estudio titulado las redes sociales en internet, establecen una clasificación más rigurosa de las redes sociales donde mencionan el siguiente esquema:

- a) Redes Directas: Son redes en las que las personas interactúan entre sí en igualdad de condiciones y compartiendo sus intereses en común, controlando la información que comparten con el resto del grupo, este tipo de redes a su vez se subdividen en:

| Según su Finalidad   | Según su modo de Funcionamiento   | Según su Grado de Apertura   | Según su nivel de integración  |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• De Ocio</li> <li>• Uso profesional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De contenidos</li> <li>• Basada en perfiles</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicas</li> <li>• privadas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verticales</li> <li>• Horizontales</li> </ul> |

- b) Redes indirectas : Son redes cuyos usuarios no disponen de un perfil visible ya que la información es controlada y dirigida por un solo individuo o grupo de individuos que controlan los temas o discusiones en base a un tema específico, ejemplos claros de este tipo de redes son los Blogs y los Foros.

Por tal motivo, y bajo los conceptos de los autores arriba mencionados, realizamos un cuestionario estructurado a los Estudiantes de la Promoción 2018, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, donde obtuvimos los siguientes resultados.

El 96,7% de los encuestados (29 Estudiantes) señalaron que si saben lo que es una red social y para que se utiliza, mientras que el 3,3% (01 estudiante) desconoce su uso. Además, un 90% señaló que sí participa en una o más redes sociales. Finalmente, un 46,67% acotaron que utilizan más de 3 redes sociales y un 33,3% de 4 a más redes



sociales.

La red social más utilizada con un 60% es WhatsApp (18 estudiantes) mientras que un 36,67% (11 estudiantes) prefiere Facebook. Finalmente, un 3,3% prefiere YouTube.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 3:** Explicar el uso que le dan a las redes sociales los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura.

Según diversos autores, el uso de las redes sociales genera diversos problemas en los jóvenes y estudiantes, entre estos tenemos: El uso inadecuado como herramienta de aprendizaje, el descuido de sus rutinas diarias por permanecer conectados a internet, la procrastinación, que en el ámbito académico supone el hábito de posponer sus actividades académicas generando malestar emocional.

Las redes sociales como WhatsApp, Facebook y YouTube, en los últimos años se han expandido como un fenómeno social (Josa, 2014); siendo, precisamente Facebook una de las redes sociales muy frecuentemente utilizadas; esta red permite a los usuarios compartir información con personas o grupos de personas a las que se denomina amigos.

A pesar de todos los beneficios de las tecnologías de información y las redes sociales, los adolescentes en la actualidad no hacen un uso adecuado de este medio de comunicación, puesto que es bajo el porcentaje de estudiantes que usan a las redes sociales con fines académicos, y una gran mayoría de adolescentes dedican su uso para

finés de diversión y pérdida de tiempo (Josa, 2014).

El uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) están orientadas a facilitarnos la vida, pero al mismo tiempo realizando un uso no adecuado pueden complicárnosla. En algunas circunstancias, en especial en los adolescentes, estos recursos tecnológicos pueden convertirse en un fin y no en un medio. Si existe un deseo enfermizo en obtener la última novedad tecnológica, las TICs se convierten en un instrumento de placer, y el uso de las redes sociales entre ellas el Facebook, pueden atrapar a los adolescentes porque el mundo virtual le facilita crear en la persona una falsa identidad y a distanciarlo o distorsionar el mundo real (Echeburúa y Corral, 2010).

Los problemas con el uso del internet y las redes sociales surgen cuando las personas descuidan sus rutinas diarias para permanecer conectados a internet, o bien están horas al sueño nocturno; algunos usuarios llegan hasta eliminar comidas durante el día. Permanecer conectados a internet y hacer uso de las redes sociales por más de 3 a 4 horas diarias facilita el aislamiento de la realidad, el desinterés por otros temas, reduce el rendimiento académico, baja el rendimiento laboral, facilita los trastornos de conducta, así como el sedentarismo y la obesidad (Cía, 2013); todo esto, lleva al adolescente a postergar sus actividades diarias.

Por tal motivo, y bajo los conceptos de los autores arriba mencionados, realizamos un cuestionario estructurado a los Estudiantes de la Promoción 2018, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, donde obtuvimos los siguientes resultados.

En relación a la pregunta, ¿Razones de uso de YouTube o televisión por internet?, una mayoría del 36,7% de los estudiantes encuestados, señalaron que lo usan porque pueden ver los programas en el momento que quieran y el 30% señaló que lo utiliza para ver videos musicales. Finalmente, un 20% acotó que utiliza YouTube porque se perdió algún capítulo del programa que le gusta. Esto hace referencia a los gustos y preferencias que tienen los estudiantes al utilizar esta red social.

Por otro lado, en relación a la pregunta ¿cosas que haces cuando estás conectado a internet?, el 49% mencionó que prefiere chatear y usar WhatsApp, mientras que un 35% prefiere descargar música, fotos, videos, finalmente, un 16% prefiere estar conectado a la red social YouTube.

En cuanto a la pregunta, ¿qué tanto empleas las siguientes redes sociales?, observamos que un 21,3% utiliza WhatsApp, 19,4% YouTube, 18,6% Facebook, 15,2% Instagram, 11,7% Google +, 7,3% Twitter, finalmente, un 7% Sanpchat.

En cuanto a las preguntas sobre la red social Facebook, el 96,7% mencionó que sus contactos de son de 18 años a más, mientras que un 43,3% señala que su principal función es compartir información, un 26,7% entretener, un 16,7% encontrarse con amigos. Además, el 53% señaló que su perfil está abierto para amigos, mientras que el 43,3% está abierto para el público en general. Finalmente, el 76,7% señaló que sus contactos, son amigos del Colegio, Instituto y/o Universidad, mientras que el 20% acotó, son amigos de mi barrio y entorno familiar.

Cabe mencionar, que el 30% de estudiantes comparte ocasionalmente noticias en su perfil de Facebook, mientras que un 23,3% lo hace muy frecuentemente y otro 23,3% frecuentemente. Si sumamos estos porcentajes observamos que el 46,6% comparte frecuentemente noticias en su perfil de Facebook. Además, un 43,3% señaló que a la hora de compartir solo lee el encabezado y el párrafo que aparece en Facebook y/o redes sociales, mientras que un 36,7% lee todo el contenido y además verifica la información en otros medios, finalmente, el 46,7% señaló que algunas veces verifica la información que comparte en su perfil de Facebook con otros medios, esto hace a los estudiantes muy superficiales y proclives a la desinformación.

En cuanto a la pregunta, ¿Cuál es la principal fuente de información que consultas en tus redes sociales?, el 36,7% consulta páginas de periódicos, mientras que un 30% consulta enlaces a páginas web. Por otro lado, un 76,7% señaló que alguno de sus amigos en Facebook ha compartido noticias falsas, finalmente, el 100% señaló que las noticias falsas que circulan en las redes sociales deben de ser reguladas.

En relación a la pregunta, ¿necesitas el apoyo de una red social para recordar eventos importantes?, el 33,3% señaló que casi nunca, mientras que un 23,3% siempre, y otro 23,3% muy seguido. Si sumamos estos porcentajes, observamos que el 46,6% necesitan el apoyo de una red social para recordar eventos importantes. Por otro lado, un 36,7% señaló que ha tenido alguna relación sentimental (más que amigos/as) con alguien de internet.

Cabe resaltar, que mientras navegan en redes sociales el 60% de los estudiantes encuestados señaló que realiza tareas académicas, en cambio, a la pregunta ¿si usted se encuentra en su trabajo o estudiando y recibe un mensaje de su red social favorita, que acción realiza?, el 53,3% señaló que reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo. Por otro lado, ¿Si usted se encuentra en un evento social familiar y recibe un mensaje de su red social favorita, que acción realiza?, el 63,3% acotó, reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo. Finalmente, el 50% señaló la adicción como el más grave problema cuando están conectados a las redes sociales. Esto evidencia una dependencia hacia un uso desmedido de las redes sociales.

La procrastinación es un trastorno del comportamiento que consiste en postergar de forma sistemática aquellas tareas importantes para el desarrollo de la persona y reemplazarlas por otras más irrelevantes.

En el ámbito académico, la procrastinación supone el hábito de posponer las actividades académicas consideradas importantes generando malestar emocional. Constituye una práctica frecuente; según algunos estudios más de un 90% de estudiantes universitarios presentan esta práctica aunque no siempre con carácter crónico (Natividad, 2014), así mismo Guzmán (2013) menciona que entre 80% y 95% de los estudiantes universitarios procrastinan en ocasiones, de estos, el 70% se considera asimismo en un procrastinador y casi el 50% procrastina de manera consistente y problemática. Finalmente como problema crónico afecta al 20% a 25% de la población general.

En cambio, a como suele ser su comportamiento de los estudiantes en las redes sociales, un 63,3% señaló, suelo ver más lo que publican los otros y en ocasiones comento algo, mientras que un 26,7% señaló, suelo sólo ver lo que los demás publican. Además, el 63,3% señaló que la principal función de utilizar redes sociales es porque te enteras más rápido y fácil de las cosas que pasan en el mundo. Esto permite una actitud pasiva a la hora de querer publicar algo. Finalmente, un 90% señaló, las redes sociales son muy buena herramienta, pero cuando se utilizan para ciertas cosas.

Según Echeburúa y de Corral (2010) en su artículo adicción a las nuevas tecnologías establecen que las nuevas tecnologías pueden facilitarles la vida a las personas o complicárselas, especialmente a los adolescentes, a los cuales las redes sociales pueden atraparlos alejándolos del mundo real y creando una falsa identidad, interfiriendo negativamente en la vida cotidiana. En su conclusión establecen que la adicción a las redes sociales son producto de males emocionales como el aburrimiento, la soledad, la ira, la falta de aceptación y el nerviosismo y establecen dentro de las características de adicción a las redes sociales, el descuido de las actividades importantes como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio y el cuidado de la salud.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 4:** Conocer las motivaciones que tienen los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura, al elegir las redes sociales y los contenidos que consumen y difunden

Luego de aplicar el cuestionario estructurado a los Estudiantes de la Promoción 2018,

de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura, obtuvimos los siguientes resultados:

El 93,33% de los estudiantes se conecta todos los días a sus redes sociales, el 46,7% se conectan más de 5 horas al día, mientras que un 20% se conectan de 3 a 5 horas, sumando estos porcentajes, observamos que el 66,7% se conecta a sus redes sociales todos los días por más de 3 horas.

En relación a la pregunta, ¿qué tanto confías en la información que difunden los siguientes medios?, observamos que un 19,4% confía en lo que se emite en Televisión, 17,8% en Periódicos, 17,3% en Internet. Además un 50% señaló que las noticias que circulan en las redes sociales son algo creíbles. Mientras que un 33,3% señaló que le es más fácil comunicarse por redes sociales que en persona, mientras que otro 33,3% señaló, que prefiere comunicarse en persona.

Por otro lado, el 76,67% señaló a la política como el tema noticioso que más comparten en sus redes sociales. Además, en relación a la pregunta, las noticias que consumes en redes sociales ¿suelen ser temas de conversación en tus círculos sociales?, el 33,3% señaló casi siempre, mientras que el 26,7% siempre. Si sumamos estos porcentajes, obtenemos un 60% en donde las redes sociales marcan la agenda del día e imponen los temas de conversación en la opinión pública.

En cuanto a la pregunta, ¿consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?, el 30% señaló si, influyen mucho, otro 30% si, influyen algo, mientras

que un 26,7% si, influyen pero algo. Si sumamos estos porcentajes obtenemos que el 86,7% reconoce el nivel de influencia de las redes sociales.

Por otro lado, en la pregunta, ¿qué áreas de su vida son las que más se ven afectadas positivamente cuando utilizas redes sociales menos de 2 horas?, el 56,7% señaló ninguna, mientras que el 23,3% amistad y familia, Finalmente, un 63,3% señaló que sus estudios se ven afectados negativamente cuando utilizas las redes sociales más de 2 horas.



## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Las redes son estructuras sociales compuestas de grupos de personas individuos que se encuentran relacionados entre sí. Los partícipes están conectados por relaciones de amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. En el caso de los alumnos de la promoción 2018 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP encontramos que se trata de un grupo mayoritariamente femenino (80%), el 50% tiene una edad que oscila entre los 14 a 18 años y el otro 50% entre los 19 y 24 años. La mayoría (50%) provienen de colegios Públicos y usan redes sociales para mantener el contacto con amigos que ven a menudo. Por ello, el 53.3% utiliza internet de todos los días y el 76,67% se conecta desde un teléfono celular. La hora propicia para conectarse a internet es la noche (51,72%). El 70% de estudiantes señaló que la televisión es el medio de comunicación que utilizan para informarse, mientras que un 16,67% lo hace mediante páginas web, un 10% prefiero periódicos, y, un 3,33% revistas.

**SEGUNDA:** Las redes sociales más utilizadas por los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura son WhatsApp con 60% (18 estudiantes), Facebook con 36,67% (11 estudiantes) y YouTube con 3,3%. Estas cifras indican que los estudiantes usan Redes sociales de carácter Personal en lugar de Redes Sociales de tipo Profesionales o Redes Sociales Temáticas. Además, Usan Redes Sociales Directas en las que interactúan entre sí en igualdad de condiciones y compartiendo sus intereses en común, controlando la información que comparten con el resto del grupo. Lo interesante es que el 96,7% de

los encuestados (29 Estudiantes) sabe qué es una red social y para qué se utiliza, el 90% participa en una o más redes sociales, el 46,67% utiliza más de 3 redes sociales y un 33,3% de 4 a más redes sociales.

**TERCERA:** El estudio evidencia que los Estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura no hacen un uso adecuado de las Redes Sociales porque es muy bajo el porcentaje de estudiantes que las usan con fines académicos. Más bien las usan con fines de diversión, y descuidan sus obligaciones académicas por permanecer conectados a internet. Ello evidencia que son partícipes del fenómeno llamado procrastinación que, en vida cotidiana, supone el hábito de posponer sus actividades académicas generando malestar emocional. Eso se evidencia con el 36,7% que usa YouTube para ver los programas en el momento que ellos quieren y el 30% que lo utiliza para ver videos musicales. Además, el 49% usa la internet para chatear y usar WhatsApp, mientras que un 35% prefiere descargar música, fotos, videos. A ello hay que agregar que el 96,7% usa Facebook para ponerse en contacto con personas de 18 años a más y compartir información de intereses comunes. El 76,7% señaló que sus contactos, son amigos del Colegio, Instituto y/o Universidad, mientras que el 20% acotó, son amigos de mi barrio y entorno familiar. El 30% de estudiantes comparte ocasionalmente noticias en su perfil de Facebook y el 43,3% reconoce que comparte sin leer la totalidad de lo publicado pues solo lee el encabezado. Ello refleja que son muy superficiales y proclives a la desinformación. Solo el 36,7% consulta páginas de periódicos y el 76,7% confirma que alguno de sus amigos en Facebook ha compartido noticias falsas. Finalmente, el 53,3% señaló que siempre tiene el celular a la mano mientras hace su tarea y que si en esos

instantes le llega un mensaje revisa inmediatamente y responde y el 63,3% hace lo mismo cuando se encuentra en un evento social familiar. Esto evidencia una dependencia hacia un uso desmedido de las redes sociales.

**CUARTA:** El 93,33% de los estudiantes se conecta todos los días a sus redes sociales, el 46,7% se conectan más de 5 horas al día, mientras que el 66,7% se conecta a sus redes sociales por más de 3 horas diarias, El 17,3% confía en lo que se publica en Internet mientras que un 33,3% considera que le es más fácil comunicarse por redes sociales que en persona. Además, el 76,67% comparten en sus redes sociales temas relacionados con la política y lo que publican es tema de conversación con sus círculos sociales en un 60%. Se evidencia que las redes sociales marcan la agenda del día e imponen los temas de conversación en este grupo humano. El 86,7% reconoce que las redes sociales influyen en su vida diaria. Finalmente, el 63,3% señaló que sus estudios se ven afectados negativamente cuando utiliza las redes sociales más de 2 horas.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP debe promover el uso de redes sociales en sus actividades académicas. Ello es posible porque más de la mitad de los estudiantes encuestados utiliza internet de 2 a 3 horas diarias desde un teléfono celular. Además, debe promover el uso de actividades fuera de aula para motivar que en sus domicilios y en horas de la noche hagan un uso adecuado de las redes sociales.

**SEGUNDA:** Los docentes y alumnos deben aprovechar herramientas como WhatsApp, Facebook y YouTube con contenidos que las asemejen a las Redes Sociales de tipo Profesional o Redes Sociales Temáticas. Esto es factible porque los estudiantes conocen qué es una red social y para qué se utiliza y el 90% participa en una o más redes sociales.

**TERCERA:** La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura debe fomentar el uso adecuado de las Redes Sociales para evitar el fenómeno llamado procrastinación utilizando videos educativos y el uso del chat para intercambiar información y opiniones sobre los cursos. También se puede promover las publicaciones (informativas y de opinión) en Facebook de temas académicos y compartir información previamente confirmada. Con ello, se puede lograr alumnos reflexivos.

**CUARTA:** Se debe aprovechar que el 93,33% de los estudiantes se conecta todos los días a sus redes sociales para que compartan temas de conversación en el aula y revertir la sensación que tiene el 63,3% que considera que sus estudios se ven afectados

negativamente cuando utiliza las redes sociales más de 2 horas diarias.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adam Duberstein, Arjun Karpinski. (2000). Los usuarios de Facebook tienen peores calificaciones que el resto.

adolfo sanchez, rodriguez tapia, maria fernandez, laura T. (2000). los enganchados a las redes sociales son peores estudiantes.

Aguirre, P. T. (2012). Investigación para obtener grado academico de maestro. *Adicción a la red social Facebook y su incidencia en el rendimniento academico de estudiantes de la preparatoria 20 de la Universidad Autonoma de Nuevo Mexico*. Nuevo Mexico, Mexico.

Armando Gonzales Terrazas, María Soltero Muñoz, Erika Gonzales Soltero. (2012). Efectos educativos de las redes sociales en los alumnos del nivel medio superior de Chihuahua.

E. Conde, Cristina Ruiz Pacheco, Esteban Torres Lana. (2010). *Relación entre el uso del internet y el rendimiento académico en una muestra de adolescentes canarios*. España.

L, O. (2004). *Uso de internet por escolares de 4º y 5º de secundaria en un colegio de la Perla (Callao)*. Callao-Perú.

Macedo, M. B. (2012). Investigación para obtener grado de licenciatura en Psicología con mención en Psicología Social. *Motivos sociales que impulsan el uso del sitio de red social Facebook en escolares adolescentes de clases medias y bajas de Lima*. Lima-Perú.

Morales y Barroso. (2012). *Estudio sobre redes sociales y estudiantes*. España.

Poch, F. V. (2009). Uso autoinformado de internet en adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado a la red.

Renata Rodriguez, Irina Pérez. (2014). *Investigación sobre hábitos y usos de las TIC por parte de menores*. Honduras: ACOSICAM (Asociación de colegios jesuitas de centroamérica).

Arias, F. (2006). El proyecto de Investigación. Caracas: Editorial Episteme. 3ª ed.

Bercezio, P (2009). Peligros del Facebook: podría bajar notas de los niños. La Opinion.

Christakis, N. & Fowler, J. (2010). Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan. Madrid: Santillana Ediciones Generales.

Cominetti, R & Ruiz, G. (1997). Algunos factores del rendimiento: las expectativas y el género. Human Development Department. LCSHD Paper series, 20, The World Bank, Latin America and Caribbean Regional Office.

Figuerola, C. (2004), *Sistemas de Evaluación Académica*, Primera Edición. El Salvador: Editorial Universitaria.

Gallego, J. (2010). *Tecnologías de la Información y la Comunicación. Técnicas Básicas*. Madrid: Editex.

Hernández, R. (2003). Metodología de la Investigación. México: Ed. Mac Graw Hill

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P (2003). Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw-Hill 3ª ed.

Jimenez, R (2009). Los enganchados a las redes sociales son peores estudiantes. El Pais.

Jiménez, M. (2000). Competencia social: intervención preventiva en la escuela. Infancia y sociedad.

López, M. (2008) El análisis de redes sociales. Una herramienta explicativa para la comprensión de las relaciones internacionales revista de relaciones internacionales de la UNAM.

Molina, J. (2001). El análisis de redes sociales. Una introducción. España: Editorial Ballaterra.

Pizarro, R. (1985). Rasgos y Actitudes del Profesor Efectivo. Tesis para optar al Grado de Magister en ciencias de la educación. Pontifica Universidad Católica de Chile. Santiago.

Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Libro digital. Recuperado de: <http://paginas.ufm.edu/Sabino/PI.htm>.

Sanz, L. (2003). Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. Apuntes de Ciencia y Tecnología, N°7.



Tamayo & Tamayo (2006). El Proceso de la Investigación Científica. México: Limusa Noriega Editores. 3ª Edición.

GARCÍA, F. (2010). La Influencia de las Redes Sociales en la vida de tus hijas Cómo conseguir que se relacionen on-line de forma segura y responsable. España. Villena Artes Gráficas.

ALBARRACÍN, Franzuá. (2012). Generación de Nuevo Código de Comunicación a partir del uso de la red social Facebook en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.

BARABÁSI, A. L. (2003).

GÓMEZ, M., ROSES Sergio y FARIAS Pedro. (2012) El uso académico de las redes sociales en universitarios Málaga (España).

ORELLANA M.Luz (2009) Uso de internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villareal (Lima-Perú).

Ing. Patricio Medina, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato  
<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf>

Alavera, D., Sánchez, A. & Ló, E. (2007). Revista Psicología Científica. Recuperado en 2012. Disponible en: <http://www.psicologiacientifica.com>.

Narváez, N. (2014). El uso de las redes sociales y su incidencia en el aprovechamiento escolar de los estudiantes de séptimo grado de la escuela de educación básica la

Condamine, parroquia tababela, Cantón Quito, Ecuador (Tesis de Maestría)

Odriozola, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. Revista española de drogodependencias.

Oliva, C. (2012). Redes sociales y Jóvenes: Una intimidad cuestionada en internet.

Colegio Villareal de Talara <http://www.scribd.com/doc/20780679/Facebook-en-la-Educacion>

Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo (Concortv), enero 2018. Lima consulting.  
[www.limaconsulting.com.pe](http://www.limaconsulting.com.pe)

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| Problema  | Objetivos   | Variables                                    | Muestra  | Diseño de investigación   | Técnica e Instrumentos  |
|---|---|--|--|---|---|
| <p><b>Título</b></p> <p>El consumo de redes sociales en los estudiantes de la promoción 2018.</p> <p><b>Planteamiento del problema</b></p> <p><b>General</b></p> <p>¿Cuál es el consumo de redes sociales de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura en el año 2019?.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>¿Cuál es el perfil de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?.</p> <p>¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?</p> | <p><b>General:</b></p> <p>Conocer el consumo de redes sociales de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>Analizar el perfil de los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura</p> <p>Identificar que redes sociales son las más utilizadas por los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura</p> <p>Explicar el uso que le dan a las redes sociales los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura tanto en el ámbito social y académico.</p> | <p><b>Variable</b></p> <p>Redes sociales</p> | <p><b>Población</b></p> <p>La población que se tomará en cuenta para esta investigación serán todos los estudiantes varones y mujeres de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. 318 estudiantes.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación UNP. 30 estudiantes.</p> <p><b>Muestreo</b></p> <p>No Probabilístico, técnica por conveniencia</p> | <p>Según el diseño empleado, la investigación es :</p> <p><b>Enfoque: Cuantitativo</b></p> <p><b>Diseño: Corte Transversal</b></p> <p><b>Nivel: Descriptivo</b></p> <p><b>Tipo: Básica. No experimental</b></p> | <p><b>Técnica: Censo</b></p> <p><b>Instrumento: Cuestionario estructurado</b></p> |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| <p>¿Cuál es el uso de redes sociales que realizan los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura?</p> <p>¿Cuáles son las motivaciones que tienen los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura, al elegir las redes sociales y los contenidos que consumen y difunden?</p> | <p>Conocer las motivaciones que tienen los estudiantes de la promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Piura, al elegir las redes sociales y los contenidos que consumen y difunden</p> |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|

## ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN



#### SEÑOR ESPECTADOR:

Muchas gracias por su valiosa colaboración. En esta ocasión le solicitamos su apoyo. Nuestro objetivo es conocer el Consumo de las Redes Sociales de los Estudiantes de la Promoción 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura en el año 2019.

#### INSTRUCCIONES:

A continuación, le presentamos una serie de preguntas. Por favor, léalas y marque con una “X” la respuesta que considere adecuada para Ud.

#### 1. Señala al género al que perteneces

- a) Femenino b) Masculino

#### 2. Entre qué rango está tu edad

- a) Menos de 14 años b) 14 a 18 años c) 19 a 24 años  
d) 25 a 34 años e) Más de 45 años

#### 3. Indica en que categoría se encuentra tu colegio donde terminaste tus estudios

- a) Privado/particular b) Publico/estatal c) Parroquial  
d) Policial/FFAA

#### 4. Con qué frecuencia al día utilizas Internet

- a) Menos de una hora b) de 1 a 2 horas c) más de 5 horas  
d) de 2 a 3 horas e) de 3 a 5 horas

#### 5. En que horario utilizas con más frecuencia internet

- a) Día b) Tarde c) Noche

#### 6. De los siguientes dispositivos ¿Con cuál te conectas con mayor frecuencia a internet?

- a) Teléfono celular b) Laptop c) Computadora de escritorio (Pc)  
d) Tablet e) Otros: \_\_\_\_\_

#### 7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utilizas principalmente para informarte?

- a) Periódico b) Televisión c) Revista d) Redes Sociales



**17. De la siguiente lista, escoge tres cosas que haces cuando estas conectado a internet**

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Buscar información para mis tareas |  |
| Uso YouTube                        |  |
| Descargar música, fotos, videos    |  |
| Chatear o usa WhatsApp             |  |
| Jugar en internet o red            |  |
| Uso mi Facebook                    |  |
| Enviar o recibir E-MAILS/CORREOS   |  |
| Ver videos en línea                |  |
| Ver Tv por internet                |  |
| Escuchar radio por internet        |  |
| Otras actividades                  |  |

**18. Asigna un valor donde 0 es nada frecuente y 5 es muy frecuente, ¿qué tanto empleas las siguientes redes sociales?**

|           |   |   |   |   |   |   |
|-----------|---|---|---|---|---|---|
|           | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Facebook  |   |   |   |   |   |   |
| Twitter   |   |   |   |   |   |   |
| Instagram |   |   |   |   |   |   |
| WhatsApp  |   |   |   |   |   |   |
| Youtube   |   |   |   |   |   |   |
| Google +  |   |   |   |   |   |   |
| Snapchat  |   |   |   |   |   |   |

**19. De los siguientes medios de comunicación asigna valores de menor a mayor donde 0 es nada y 5 es mucho, ¿qué tanto confías en la información que difunden?**

|                |   |   |   |   |   |   |
|----------------|---|---|---|---|---|---|
|                | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Periódicos     |   |   |   |   |   |   |
| Revistas       |   |   |   |   |   |   |
| Radio          |   |   |   |   |   |   |
| Televisión     |   |   |   |   |   |   |
| Internet       |   |   |   |   |   |   |
| Redes Sociales |   |   |   |   |   |   |

**20. ¿Cuál consideras que es la principal función de Facebook?**

- |                          |                           |                      |
|--------------------------|---------------------------|----------------------|
| a) Entretener            | b) Encontrarse con amigos | c) Opinar/ comentar  |
| d) Compartir información | e) Buscar información     | f) No tengo Facebook |

**21. ¿Tu perfil en Facebook, está abierto al público o solo para tus amigos?**

- a) Está abierto solo para amigos  
b) Está abierto al público  
c) No se/no me acuerdo

**22. ¿Con qué frecuencia compartes noticias en tu perfil de Facebook?**

- a) Muy frecuentemente  
b) Frecuentemente  
c) Raramente  
d) No tengo Facebook  
e) Ocasionalmente

**23. ¿Con qué amigos te relacionas en Facebook? (escoge de 1 a 2 respuestas)**

- a) Son amigos de mi barrio o entorno familiar  
b) Son mis amigos del colegio, Instituto y/o Universidad  
c) Son mis amigos que hice en Facebook  
d) No se/no me acuerdo

**24. ¿De qué edad son los amigos con los que te relacionas en Facebook?**

- a) de 17 años a menos  
b) de 18 años a más  
c) No se/no me acuerdo

**25. habitualmente cuando ves noticias que circulan en las redes sociales, ¿Qué es lo que haces?**

- a) Lees sólo el encabezado de la noticia, la fotografía o video  
b) Lees el encabezado y el párrafo que aparece en Facebook y/o redes sociales  
c) Lees encabezado, párrafo visible y todo el contenido  
d) Lees todo el contenido y además verificas la información en otros medios

**26. Las noticias que consumes en redes sociales ¿suelen ser temas de conversación en tus círculos sociales?**

- a) Siempre  
b) Casi siempre  
c) Algunas veces  
d) Muy pocas veces  
e) Nunca

**27. ¿Cuál tema noticioso comportas con mayor frecuencia en tus redes sociales? (escoge entre 3 y 4 respuestas)**

- |             |                |               |                         |
|-------------|----------------|---------------|-------------------------|
| a) Política | b) Seguridad   | c) Educación  | d) Economía             |
| e) Arte     | f) Espectáculo | g) Ciencia    | h) Moda                 |
| i) Deportes | j) Cultura     | k) Tecnología | m) salud                |
| n) Empleo   | o) Cine        | p) Música     | k) No comparto noticias |

**28. ¿Cuál es la principal fuente de la información que consultas en tus redes sociales?**

- a) Enlaces a páginas web  
b) Enlaces a páginas de periódicos  
c) Publicaciones de amigos  
d) Enlaces a páginas de televisión y/o radios  
e) Influencers  
f) Otra : \_\_\_\_\_



**29. La información que consumes en redes sociales ¿con qué frecuencia la verificas en otros medios de comunicación?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Algunas veces
- d) Muy pocas veces
- e) Nunca

**30. Desde tu experiencia, ¿qué tanta credibilidad tienen las noticias que circulan en las redes sociales?**

- a) Muy creíble
- b) Creíble
- c) Algo creíble
- d) Poco creíble
- e) Nada creíble

**31. De tus amigos en Facebook, ¿te has dado cuenta que alguno a compartido noticias falsas?**

- a) Si
- b) No
- c) No sé

**32. ¿Crees que la publicación de noticias falsas en las redes sociales repercute en tu vida diaria?**

- a) Muy frecuentemente
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente
- d) Raramente
- e) Nunca

**33. ¿Consideras que las noticias falsas que circulan en las redes sociales deben de ser reguladas?**

- a) Si
- b) No
- c) No tengo redes sociales

**34. ¿Si usted se encuentra en su trabajo o estudiando y recibe un mensaje de su red social favorita, que acción realiza?**

- a) Reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo
- b) Doy prioridad a mi trabajo o estudio
- c) No sabe/no opina

**35. ¿Si usted se encuentra en un evento social familiar y recibe un mensaje de su red social favorita, que acción realiza?**

- a) Reviso inmediatamente el mensaje y si puedo respondo
- b) Doy prioridad al evento social y/o familiar
- c) No sabe/no opina

**36. ¿Has tenido alguna relación sentimental (más que amigos/as) con alguien de internet**

- a) Si
- b) No
- c) NS/NR

**37. ¿Necesitas el apoyo de una red social para recordar eventos importantes?**

- a) Siempre
- b) Muy seguido
- c) Casi nunca
- d) Nunca
- e) No sabe/no opina

**38. ¿Mientras navegas en redes sociales que otra actividad realizas?**

- a) Tareas
- b) Hablar por teléfono
- c) Estudiar
- d) Otra actividad \_\_\_\_\_

**39. ¿Cómo suele ser tu comportamiento en las redes sociales?**

- a) Suelo publicar y comentar más que los demás
- b) Suelo ver más lo que publican los otros y en ocasiones comento algo
- c) Suelo sólo ver lo que los demás publican
- d) No estoy en redes sociales

**40. ¿Consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?**

- a) Sí, influyen mucho
- b) Sí, influyen algo
- c) Sí, influyen pero algo
- d) No influyen

**41. ¿En general como evalúas a las redes sociales?**

- a) Son una excelente herramienta en todos los sentidos
- b) son muy buena herramienta, pero cuando se utilizan para ciertas cosas
- c) Creo que tienen más riesgos que aspectos positivos
- d) Me parece que no traen nada bueno

**42. ¿Has tenido problemas en tu vida en donde hayan influido las redes sociales?**

- a) Sí, he tenido problemas graves
- b) Sí, los he tenido aunque nada graves
- c) No he tenido ningún problema

**43. ¿Es más fácil para ti comunicarte a través de redes sociales que en persona?**

- a) Sí, me es mucho más fácil
- b) Sí, aunque tampoco me cuesta trabajo hacerlo en persona
- c) Para mi es igual
- d) No, prefiero comunicarme en persona

**44. ¿Cuál crees que sea la principal ventaja de utilizar redes sociales?**

- a) Te enteras lo que hacen tus amigos y conocidos
- b) Te enteras más rápido y fácil de las cosas que pasan en el mundo
- c) Te permiten comunicarte con la gente que está lejos
- d) Te ayudan mucho en cuestiones de trabajo y negocio
- e) No tiene ninguna ventaja

**45. ¿Cuál de estos problemas que es el más grave cuando estoy conectado a las redes sociales?**

- a) Pérdida de la intimidad
- b) Adicción
- c) Robos de identidad
- d) Accidentes por ir distraído
- e) Estafas online
- f) Otros \_\_\_\_\_

## ANEXO 3: ANÁLISIS DE FIABILIDAD

**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”**

**DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE**

**ESPECIALIDAD: ESTADISTICO**

**COLEGIADO: COESPE N°675**

### **Validez y Confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 20 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

**Validez:** El instrumento que midió determina el consumo de redes sociales de los estudiantes, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

**Confiabilidad:** La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 22. Dando el siguiente resultado:

  
.....  
MSc. DARWIN MACCOLL P. LLACSAGUACHE CALLE  
Estadístico  
COESPE: 675

# ANEXO N° 01

## ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “EL CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA PROMOCION 2018 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION DE LA ÚNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA , EN EL AÑO 2019”

Estadísticos de los elementos

| Preguntas | Media  | Desviación típica | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
|-----------|--------|-------------------|--|
| P01       | 1.1579 | 0,82327           | 0.801                                      |
| P02       | 2.5263 | 0,48305           | 0.823                                      |
| P03       | 2.3158 | 0,96609           | 0.858                                      |
| P04       | 3.8421 | 0,78881           | 0.826                                      |
| P05       | 2.5789 | 0,66667           | 0.823                                      |
| P06       | 1.4737 | 0,71623           | 0.811                                      |
| P07       | 4.1053 | 0,73786           | 0.806                                      |
| P08       | 1.0000 | 0,73786           | 0.814                                      |
| P09       | 1.2105 | 0,78881           | 0.815                                      |
| P10       | 3.0000 | 0,84984           | 0.828                                      |
| P11       | 1.6842 | 0,69921           | 0.806                                      |
| P12       | 1.1053 | 0,71640           | 0.804                                      |
| P13       | 3.6316 | 0,87560           | 0.809                                      |
| P14       | 3.3684 | 0,63246           | 0.812                                      |
| P15       | 3.2105 | 0,82327           | 0.813                                      |
| P16       | 3.5789 | 0,52705           | 0.819                                      |
| P17       | 3.6316 | 0,63246           | 0.825                                      |
| P18       | 3.2105 | 0,76765           | 0.822                                      |
| P19       | 4.2632 | 0,31623           | 0.811                                      |
| P20       | 2.6316 | 0,51640           | 0.808                                      |
| P21       | 1.4211 | 0,84984           | 0.828                                      |
| P22       | 3.0526 | 0,69921           | 0.806                                      |
| P23       | 1.8947 | 0,51640           | 0.806                                      |
| P24       | 2.0526 | 0,87560           | 0.808                                      |
| P25       | 3.0000 | 0,63246           | 0.812                                      |
| P26       | 2.5789 | 0,82327           | 0.813                                      |
| P27       | 2.3158 | 0,52705           | 0.819                                      |
| P28       | 2.1579 | 0,63246           | 0.827                                      |
| P29       | 2.4211 | 0,56765           | 0.822                                      |
| P30       | 3.0000 | 0,31623           | 0.811                                      |

  
MSc. DARWIN MACCULL P. LLACSA  
Estadístico  
COESPE: 675

|     |        |         |        |
|-----|--------|---------|--------|
| P31 | 1.2105 | 0,51640 | 0.808  |
| P32 | 3.6842 | 0,84984 | 0.828  |
| P33 | 1.0000 | 0,69921 | 0.806  |
| P34 | 1.6842 | 0,51640 | 0.806  |
| P35 | 1.3684 | 0,84984 | 0.828  |
| P36 | 1.7368 | 0,69921 | 0.806  |
| P37 | 2.6316 | 0,51640 | 0.804  |
| P38 | 2.2632 | 0,87560 | 0.808  |
| P39 | 2.2632 | 0,63246 | 0.812  |
| P40 | 2.3158 | 0,82327 | 0.813  |
| P41 | 2.0000 | 0,52705 | 0.819  |
| P42 | 2.4737 | 0,63246 | 0.821  |
| P43 | 3.1053 | 0,56765 | 0.822  |
| P44 | 2.4737 | 0,31623 | 0.811  |
| P45 | 2.4211 | 0,51640 | 0.8080 |

  
 MSC. DARWIN MACCOLL P. LLACSA SUACHE CAJ:  
 Estadístico  
 COESPE: 675

**ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “EL CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA PROMOCION 2018 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA , EN EL AÑO 2019”**

| <b>Nº preguntas</b> | <b>Alfa de Cronbach</b> |
|---------------------|-------------------------|
| <b>45</b>           | <b>0.8152</b>           |

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 81.52 de confiabilidad con respecto a 45 preguntas del cuestionario.

  
MSc. DARWIN MACCOLL P. LLACSAHUACHE CALLE  
Estadístico  
COESPE: 675

## ANEXO 4: ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD



UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Nombre y apellidos del validador: Noé Rojas Cardoza  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente UNP  
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario estructurado  
 1.4. Autor del instrumento: Alejandro Morochos Gago

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (x), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores:

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador)  
 2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)  
 3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

| ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO  |   | 1 | 2 | 3 | OBSERVACIONES SUGERIDAS |
|--|---|---|---|---|-------------------------|
| CRITERIOS  |   | D | R | B |                         |
| PERTINENCIA  | Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.  |   |   | ✓ |                         |
| COHERENCIA   | Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.                              |   |   | ✓ |                         |
| CONGRUENCIA  | Los ítems son congruencias entre sí y con el concepto que mide.   |   |   | ✓ |                         |
| SUFICIENCIA  | Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.   |   |   | ✓ |                         |
| OBJETIVIDAD  | Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.  |   |   | ✓ |                         |
| CONSISTENCIA   | Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.                     |   |   | ✓ |                         |
| ORGANIZACIÓN   | Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.                       |   |   | ✓ |                         |
| CLARIDAD   | Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.                          |   |   | ✓ |                         |
| FORMATO  | Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espacio, interlineado y nitidez). |   |   | ✓ |                         |
| ESTRUCTURA   | El instrumento cuenta con instrucciones consignas, opciones de respuestas bien definidas.                 |   |   | ✓ |                         |
| CONTEO TOTAL<br>(Realizar conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador) |   | C | B | A | Total: <u>30</u>        |

Coefficiente de validez:

$$\frac{A + B + C}{30} = \frac{30}{30} = 1$$

| Intervalos  | Resultados        |
|-------------|-------------------|
| 0,00 - 0,49 | Validez nula      |
| 0,50 - 0,59 | Validez muy baja  |
| 0,60 - 0,69 | Validez baja      |
| 0,70 - 0,79 | Validez aceptable |
| 0,80 - 0,89 | Validez buena     |
| 0,90 - 1,00 | Validez muy buena |

### III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

1 Validez MUY BUENA

Piura, ..... de marzo de 2019

Firma  
Dr. Noé Rojas Cardoza.





## I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Nombre y apellidos del validador..... Marco Antonio Rumiche Purizaca
- 1.2. Cargo e institución donde labora..... DOCENTE - U.N.P.
- 1.3. Nombre del instrumento evaluado..... Cuestionario Estructurado
- 1.4. Autor del instrumento..... Alejandro Marache Gago

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (x), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores:

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador)
2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)
3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

| ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO                                  |   | 1 | 2 | 3 | OBSERVACIONES SUGERIDAS |
|--|---|---|---|---|-------------------------|
| CRITERIOS  |   | D | R | B |                         |
| PERTINENCIA  | Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.  |   |   | ✓ |                         |
| COHERENCIA   | Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.                              |   |   | ✓ |                         |
| CONGRUENCIA  | Los ítems son congruencias entre sí y con el concepto que mide.   |   |   | ✓ |                         |
| SUFICIENCIA  | Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.   |   |   | ✓ |                         |
| OBJETIVIDAD  | Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.  |   |   | ✓ |                         |
| CONSISTENCIA   | Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.                     |   |   | ✓ |                         |
| ORGANIZACIÓN   | Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.                       |   |   | ✓ |                         |
| CLARIDAD   | Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.                          |   |   | ✓ |                         |
| FORMATO  | Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espacio, interlineado y nitidez). |   |   | ✓ |                         |
| ESTRUCTURA   | El instrumento cuenta con instrucciones consignas, opciones de respuestas bien definidas.                 |   |   | ✓ |                         |
| CONTEO TOTAL   |   |   |   | ✓ |                         |
| (Realizar conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador) |   | C | B | A | Total: <u>30</u>        |

Coefficiente de validez:

$$\frac{A + B + C}{30} = \frac{30}{30} = 1$$

| Intervalos  | Resultados        |
|-------------|-------------------|
| 0,00 - 0,49 | Validez nula      |
| 0,50 - 0,59 | Validez muy baja  |
| 0,60 - 0,69 | Validez baja      |
| 0,70 - 0,79 | Validez aceptable |
| 0,80 - 0,89 | Validez buena     |
| 0,90 - 1,00 | Validez muy buena |

## III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

1. Muy Buena

MA RUMICHE P  
Firma

Piura, ..... de marzo de 2019





## I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Nombre y apellidos del validador..... DARWIN HACCOL PRIMERO LIACSEDACHE CALLE  
 1.2. Cargo e institución donde labora..... UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA  
 1.3. Nombre del instrumento evaluado..... ENCUESTA  
 1.4. Autor del instrumento..... ALEJANDRO MOROCHO GAGO

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (x), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores:

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador)  
 2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)  
 3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

| ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO  |   | 1 | 2 | 3 | OBSERVACIONES SUGERIDAS |
|--|---|---|---|---|-------------------------|
| CRITERIOS  |   | D | R | B |                         |
| PERTINENCIA  | Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.  |   |   | ✓ |                         |
| COHERENCIA   | Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.                              |   |   | ✓ |                         |
| CONGRUENCIA  | Los ítems son congruencias entre sí y con el concepto que mide.   |   |   | ✓ |                         |
| SUFICIENCIA  | Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.   |   |   | ✓ |                         |
| OBJETIVIDAD  | Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.  |   |   | ✓ |                         |
| CONSISTENCIA   | Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.                     |   |   | ✓ |                         |
| ORGANIZACIÓN   | Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.                       |   |   | ✓ |                         |
| CLARIDAD   | Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.                          |   |   | ✓ |                         |
| FORMATO  | Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espacio, interlineado y nitidez). |   |   | ✓ |                         |
| ESTRUCTURA   | El instrumento cuenta con instrucciones consignas, opciones de respuestas bien definidas.                 |   |   | ✓ |                         |
| CONTEO TOTAL<br>(Realizar conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador) |   |   |   | ✓ |                         |
|  |   | C | B | A | Total:                  |

Coefficiente de validez:


$$\frac{A + B + C}{30} = \frac{30}{30} = 1$$

| Intervalos  | Resultados        |
|-------------|-------------------|
| 0,00 - 0,49 | Validez nula      |
| 0,50 - 0,59 | Validez muy baja  |
| 0,60 - 0,69 | Validez baja      |
| 0,70 - 0,79 | Validez aceptable |
| 0,80 - 0,89 | Validez buena     |
| 0,90 - 1,00 | Validez muy buena |

## III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

1 (Muy buena).

  
Firma

Piura, ..... de marzo de 2019

